

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL  
CAMPUS CHAPECÓ  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**VAKERCOFF PETERSON LÉNÉUS**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO DAS IMIGRANTES HAITIANAS EM  
CHAPECÓ: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE SUAS MOTIVAÇÕES.**

**CHAPECÓ  
2023**

**VAKERCOFF PETERSON LÉNÉUS**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO DAS IMIGRANTES HAITIANAS EM  
CHAPECÓ: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE SUAS MOTIVAÇÕES.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de graduação apresentado como requisito  
para obtenção do grau de Bacharelado em  
Administração da Universidade Federal da  
Fronteira Sul.

Orientador: Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta

**CHAPECÓ**

**2023**

**Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS**

Lénéus, Vakercoff Peterson  
EMPREENDEDORISMO FEMININO DAS IMIGRANTES HAITIANAS EM  
CHAPECÓ: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE SUAS MOTIVAÇÕES. /  
Vakercoff Peterson Lénéus. -- 2023.  
72 f.

Orientador: Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -  
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de  
Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2023.

1. Microempreendedor Individual. 2. Empreendedorismo  
Feminino. 3. Empreendedorismo Imigrante. I. Tosta,  
Humberto Tonani, orient. II. Universidade Federal da  
Fronteira Sul. III. Título.

**VAKERCOFF PETERSON LÉNÉUS**

**EMPREENDEDORISMO FEMININO DAS IMIGRANTES HAITIANAS EM  
CHAPECÓ: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE SUAS MOTIVAÇÕES.**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de bacharel em Administração.

Este trabalho de conclusão foi defendido e aprovado pela banca em 05/12/2023.

**BANCA EXAMINADORA**



---

Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta – UFFS  
Orientador



---

Prof. Ms. Ronnei Arno Mocelin – UFFS  
Avaliador



---

Prof. Esp. Andrei Moreira Neves – UFFS  
Avaliador

Este trabalho é dedicado à minha família e aos amigos que estiveram ao meu lado, seja fisicamente ou emocionalmente, durante esta etapa extremamente significativa da minha vida.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por minha vida, pela energia e capacidade de perseverar mesmo diante das dificuldades, e por me conceder saúde, perseverança, e as forças físicas e psicológicas necessárias.

A esta Universidade, ao seu corpo docente, à sua direção e à sua administração, que me acolheu e contribuiu para a aquisição de um conhecimento aprofundado.

Agradeço sinceramente e especial ao meu orientador, Dr. Humberto Tonani Tosta, pela excepcional orientação ao longo do meu trabalho. Suas habilidades em orientar e compartilhar conhecimento transformaram minha jornada de graduação em uma experiência rica e completa.

Ao meu pai, Vanel Lénéus, que ao longo de toda a sua vida foi um modelo extraordinário, dedicando todos os esforços necessários para nos proporcionar os melhores e uma educação de qualidade, apesar de todas as adversidades da vida.

À minha tia Rosena Bertrand, que sem dúvida foi como uma mãe para mim e esteve sempre ao meu lado desde a infância. À minha irmã e melhor amiga, Vakerda Lénéus, pela presença constante e apoio ao longo de minha jornada. E também a todos os outros membros da minha família que são parte integrante de quem sou.

Agradeço também às amigas que a universidade e a vida me presentearam, os melhores, que sempre foram fonte de motivação e apoio sólido, sem os quais eu provavelmente teria desistido.

Enfim, muito obrigada a todos que fizeram parte dessa etapa em minha vida.

## RESUMO

O empreendedorismo surge cada vez mais como uma opção amplamente adotada para alcançar uma situação financeira mais favorável. Essa tendência também pode ser observada entre os imigrantes que deixam seu país em busca de uma vida melhor. Com motivações diversas e diferentes razões, está visível a presença de uma comunidade haitiana no Brasil, mais especificamente em Chapecó, uma cidade multicultural e diversificada em plena expansão, conhecida por oferecer inúmeras oportunidades de trabalho. Cada um deles aproveita o status quo para se estabelecer e se integrar no mercado ao qual agora pertencem. A partir dessa constatação, esta pesquisa tem como objetivo analisar os motivos que levam as mulheres cadastradas como microempreendedoras individuais na cidade de Chapecó a se tornarem empreendedoras. Além de buscar identificar o perfil dessas mulheres e os tipos de microempreendimentos que desenvolvem, este estudo também examina as dificuldades enfrentadas por elas no contexto do empreendedorismo individual em Chapecó. No que se refere aos aspectos metodológicos desse estudo, ele se caracteriza por uma abordagem qualitativa e descritiva, tendo como principal técnica de coleta de dados a utilização de questionários. Os dados foram analisados através da análise estatística descritiva, revelando que 72,7% das empresárias haitianas registradas como Microempreendedoras individuais procuravam a independência financeira. Além disso, 90,9% de todas estas mulheres afirmaram que o desejo de independência e estabilidade financeira era a principal força motriz do seu empreendedorismo. A faixa etária predominante foi entre 25 e 35 anos, representando 59,1% das participantes, e 45,5% viviam em união estável, sendo que 50,00% residiam em Chapecó entre 4 e 6 anos. A maioria, 45,5%, estava envolvida em negócios realizados em casa, enquanto 40,9% estavam envolvidos em atividades comerciais, como mini mercados ou lojas de conveniência. Em termos de problemas e desafios que enfrentam, 40,9% dos inquiridos apontam o desafio de competir no mercado local e de estabelecer os seus negócios face à concorrência. Além disso, 33,3% destas mulheres destacaram o desafio do marketing e da captação de clientes como um obstáculo ao seu negócio. O estudo resultou que, embora a maioria destas mulheres esteja envolvida em negócios por razões financeiras e por necessidade, muitos fatores podem influenciar alguém a considerar a ideia de iniciar uma atividade empresarial. Nem sempre isso acontece exclusivamente por oportunidade ou necessidade.

**Palavras-chave:** Microempreendedor Individual, Empreendedorismo Feminino, Empreendedorismo Imigrante.

## Résumé

L'entrepreneuriat émerge de plus en plus comme une option largement adoptée pour atteindre une situation financière plus favorable. Cette tendance peut également être observée parmi les immigrants qui quittent leur pays à la recherche d'une vie meilleure. Avec des motivations diverses et différentes raisons, la présence d'une communauté haïtienne au Brésil est visible, plus précisément à Chapecó, une ville multiculturelle et diversifiée en pleine expansion, réputée pour offrir de nombreuses opportunités de travail. Chacun d'entre eux profite du statu quo pour s'établir et s'intégrer sur le marché auquel ils appartiennent désormais. À partir de cette constatation, cette recherche vise à analyser les raisons qui poussent les femmes enregistrées en tant que micro-entrepreneuses individuelles dans la ville de Chapecó à devenir entrepreneuses. En plus d'identifier le profil de ces femmes et les types de micro-entreprises qu'elles développent, cette étude examine également les difficultés auxquelles elles sont confrontées dans le contexte de l'entrepreneuriat individuel à Chapecó. En ce qui concerne les aspects méthodologiques de cette étude, elle se caractérise par une approche qualitative et descriptive, avec comme principale technique de collecte de données l'utilisation de questionnaires. Les données ont été analysées par le biais de l'analyse statistique descriptive, révélant que 72,7 % des femmes entrepreneuses haïtiennes enregistrées en tant que micro-entrepreneuses individuelles recherchaient l'indépendance financière. De plus, 90,9 % de toutes ces femmes ont affirmé que le désir d'indépendance et de stabilité financière était la principale force motrice de leur entrepreneuriat. La tranche d'âge prédominante était de 25 à 35 ans, représentant 59,1 % des participantes, et 45,5 % vivaient en union stable, dont 50,00 % résidaient à Chapecó depuis 4 à 6 ans. La majorité, soit 45,5 %, était impliquée dans des activités commerciales à domicile, tandis que 40,9 % étaient impliquées dans des activités commerciales telles que des mini-marchés ou des magasins de proximité. En termes de problèmes et de défis auxquels elles font face, 40,9 % des répondants soulignent le défi de la compétition sur le marché local et établissent leurs entreprises face à la concurrence. De plus, 33,3 % de ces femmes ont souligné le défi du marketing et de l'acquisition de clients comme un obstacle à leur entreprise. L'étude a révélé que, bien que la plupart de ces femmes soient impliquées dans des activités commerciales pour des raisons financières et par nécessité, de nombreux facteurs peuvent influencer quelqu'un à envisager l'idée de démarrer une activité entrepreneuriale, et cela ne se produit pas toujours exclusivement par opportunité ou nécessité.

**Mots-clés :** Micro Entrepreneur Individuel, Entrepreneuriat Féminin, Entrepreneuriat Immigrant.

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ANEGEPE	Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas.
ANPAD	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CCMEI	Certificado da Condição de Microempreendedor Individual
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
GEM	Global Entrepreneurship Monitor
GENESIS	Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços
LC	Leis Complementares
MEI	Microempreendedor Individual
OBMigra	Observatório das Migrações Internacionais
OIM	Organização Internacional das Migrações
RFB	Receita Federal do Brasil
Sebrae	Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAJUS	Secretaria Nacional de Justiça
Softex	Sociedade Brasileira para Exportação de Software

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Resumo das características mais frequentemente citadas.....	22
Gráfico 2- Total de (MEI) em Chapecó.....	37
Gráfico 3-MEI por nacionalidade estrangeira em Chapecó.....	37
Gráfico 4- País de origem/Nacionalidade.....	43
Gráfico 5- Você está registrada como (MEI) .....	44
Gráfico 6- Tempo morando em Chapecó .....	44
Gráfico 7- Tempo de formalização como MEI.....	45
Gráfico 8- Faixa Etária.....	46
Gráfico 9- Estado civil.....	46
Gráfico 10- Grau de instrução .....	47
Gráfico 11- Se tem filhos, quantos? .....	48
Gráfico 12- Experiência prévia em uma empresa .....	48
Gráfico 13- Qual o ramo (área) do seu empreendimento .....	50
Gráfico 14- Local de atuação do seu empreendimento .....	50
Gráfico 15- Renda mensal.....	51
Gráfico 16- Quais os motivos que o levaram a empreender?.....	52
Gráfico 17- O que você desejava conquistar quando escolheu empreender?.....	53
Gráfico 18- Os principais desafios enfrentados.....	55
Gráfico 19- Os maiores obstáculos no seu dia a dia .....	56

## SUMARIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	12
1.1 OBJETIVOS.....	13
1.1.1 <b>OBJETIVO GERAL</b> .....	13
1.1.2 Objetivos Específicos.....	14
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	17
2.1 O EMPREENDEDORISMO.....	17
2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL.....	23
2.3 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER.....	25
2.4 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL - MEI.....	29
2.5 O EMPREENDEDORISMO FEMININO.....	34
2.6 IMIGRAÇÃO HAITIANA NO BRASIL.....	36
2.7 EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE.....	38
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	40
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	40
3.2 SUJEITO DA PESQUISA.....	40
3.3 COLETA DE DADOS.....	41
3.4 ANÁLISE DOS DADOS.....	42
<b>4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS</b> .....	43
4.1 ENCONTRO DA LITERATURA COM A PESQUISA.....	56
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	58
REFERÊNCIAS.....	61
APÊNDICE.....	66

## 1. INTRODUÇÃO

Devido aos vários problemas econômicos, políticos e sociais enfrentados pelo Haiti, a emigração foi um fenômeno social que tem marcado a história do país. Esse fenômeno se intensificou ainda mais em 2010 com o terremoto, que foi um dos muitos fatores que impulsionaram a mobilidade no Brasil e em vários países da América do Sul de bastante jovens haitianos em busca de uma situação socioeconômica melhor (HANDERSON, 2015). Com isso, muitos desses jovens podem ter optado pelo empreendedorismo como uma forma de alcançar essa melhoria financeira e social.

Atualmente, o empreendedorismo tem se mostrado um caminho cada vez mais utilizado para alcançar uma situação financeira melhor. Observa-se uma exposição sem precedentes desse fenômeno no mundo, como um elemento econômico e social que cria novas oportunidades. O empreendedorismo não está limitado somente a negócios, pois os indivíduos podem empreender em diversos contextos, como em casa, na família, na rua, na escola ou até mesmo dentro da mesma empresa em que trabalham (TERRON, 2022).

No Brasil, o empreendedorismo ganhou destaque a partir da década de 1990, com o surgimento de instituições como o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e a Sociedade Brasileira para Exportação de Software (Softex) (DORNELAS, 2012). Muitas pessoas utilizam essa estratégia para evoluir financeiramente. Para o presidente do Sebrae, Décio Lima, ter o próprio negócio tem sido a forma mais acessível para muitos estrangeiros conseguirem uma fonte de renda no país (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 2023).

Isso também se aplica aos imigrantes de modo geral e especialmente os haitianos, que buscam uma vida melhor e estão tentando encontrar no empreendedorismo uma oportunidade de inclusão e sucesso no Brasil.

Com o intuito de melhorar as condições sociais dos trabalhadores, e tirar um máximo de pessoas na informalidade, o Governo Federal criou a Lei Complementar nº 128 em 19 de dezembro de 2008, que instituiu o Microempreendedor Individual (MEI). Essa iniciativa visa desburocratizar o processo de formalização e melhorar a situação do trabalhador informal no país (SILVA, 2014). A criação do MEI proporcionou as oportunidades para qualquer pessoa que deseje melhorar sua situação socioeconômica ou aproveitar uma oportunidade de negócio, de se tornar empreendedor de forma simples e acessível.

De acordo com pesquisa da Serasa Experian (2021) 8,4 milhões das 20,6 milhões de empresas ativas no Brasil, o equivalente a 40,5%, têm mulheres como donas ou sócias

majoritárias. Além disso, o número de mulheres registrando MEIs aumentou constantemente ao longo dos anos, passando de 2,2 milhões em 2010 para 6,8 milhões em 2020.

No entanto, para as mulheres haitianas, a situação é ainda mais difícil. Elas frequentemente enfrentam discriminação no mercado de trabalho (PAULI, et al., 2021), e as barreiras linguísticas que limitam seu acesso a certas oportunidades profissionais. Além disso, suas qualificações nem sempre são reconhecidas, tornando-as vulneráveis à exploração e a condições de trabalho precárias. Em muitos casos, as mulheres haitianas são forçadas a ficar em casa para cuidar dos filhos, o que limita sua participação na vida econômica e social. Diante desses desafios, o empreendedorismo individual se torna uma opção interessante para as mulheres haitianas. Ao criar seu próprio negócio, elas adquirem maior autonomia e independência financeira, enquanto têm a oportunidade de conciliar suas responsabilidades familiares com o trabalho.

Nessa situação, é interessante destacar que Chapecó abriga uma comunidade haitiana bastante significativa devido às inúmeras oportunidades de emprego oferecidas nos setores industriais e da construção para imigrantes de todas as origens (KALINE et al., 2014). Cada vez mais mulheres haitianas estão se estabelecendo nesta cidade e empreendendo individualmente, abrindo seus próprios negócios, seja em casa ou fazendo vendas porta a porta. Essa decisão pode ser motivada por diversas razões, como o desejo de ganhar autonomia e independência financeira, conciliar as responsabilidades familiares e profissionais, bem como a possibilidade de se adaptar às barreiras linguísticas e discriminações presentes no mercado de trabalho (BOCK, et al., 2020).

Levando em conta o enfoque do empreendedorismo para mulheres, é fundamental investigar as motivações das mulheres provenientes do Haiti morando na comunidade de Chapecó, em Santa Catarina. Nessa circunstância, a pergunta que surge é: quais são as principais motivações que levam as mulheres haitianas a se dedicarem ao empreendedorismo individual em Chapecó?

## 1.1 OBJETIVOS

### 1.1.1 OBJETIVO GERAL

Esta pesquisa tem como objetivo analisar os motivos que levam as mulheres haitianas da cidade de Chapecó a empreender.

### 1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para atingir o objetivo geral do presente trabalho, vai ser desenvolvidos os seguintes objetivos específicos:

- a. Conhecer o perfil dessas mulheres haitianas no microempreendedorismo individual em Chapecó.
- b. Identificar os tipos de micronegócios dessas mulheres;
- c. Identificar as dificuldades que enfrentam como empreendedoras em Chapecó.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Após um estudo bibliométrico, conduzido nas bases de dados da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração (ANPAD), com a utilização da palavra-chave "microempreendedorismo individual", expôs uma notável carência de publicações sobre o assunto. Como exposto na tabela abaixo, ao empregar a combinação das palavras "empreendedorismo" e "imigrante" no portal ANPAD SPELL, apenas 10 publicações relacionadas a esses dois temas foram identificadas. Entretanto, é importante ressaltar que a grande maioria dessas publicações foca a população brasileira como imigrante em outros países, deixando em segundo plano os imigrantes que residem no Brasil.

Número	<u>Publicações Disponíveis no ANPAD SPELL/ Títulos dos Artigos</u>
1	Empreendedorismo imigrante de mulheres brasileiras em Toronto, Canadá
2	A experiência canadense na perspectiva do empreendedorismo imigrante brasileiro em Toronto
3	Trajatórias emergentes de startups brasileiras-canadenses à luz do modelo de Uppsala, empreendedorismo de imigrantes e da effectuation.
4	Um Comparativo de Políticas de Fomento ao Empreendedorismo de Portugal e Canadá em Contraste à Intenção Empreendedora de Imigrantes Brasileiros.
5	Aspectos do Empreendedorismo de Imigrantes Brasileiros em Perth, Austrália.

6	Empreendedorismo Imigrante e Étnico: O Papel das Redes Sociais no Processo Empreendedor de um Imigrante Sírio no Brasil.
7	Empreendedorismo de Migrantes, Práticas de Criação De Valor e Transformação Urbana em São Paulo, Brasil.
8	Estudo Exploratório do Empreendedorismo Imigrante Brasileiro em Pompano Beach e Orlando - EUA.
9	Revisão bibliométrica no tema Empreendedorismo Imigrante e Étnico.
10	Adaptação das Teorias de Empreendedorismo Imigrante e Enclave Étnico no Contexto de Empreendedores Nordestinos da Rocinha.

Fonte: elaborado pelo autor (2023).

Esse estudo sobre empreendedorismo da comunidade haitiana em Chapecó tem uma justificativa importante, pois existe uma oportunidade de explorar um tema pouco explorado na área a fim de coletar informações classificadas e estruturadas sobre essa comunidade que é uma das comunidades estrangeiras mais presentes no Brasil e na região, com um grande número de imigrantes estabelecidos nos últimos anos. Pois segundo dados do SINCRE, foram registradas aproximadamente 93.000 entradas de haitianos, entre 2010 e 2017 pela Polícia Federal em todo o território nacional (PACHI, 2020).

Na sociedade, as mulheres têm travado uma longa e contínua batalha por equidade e respeito. Essa luta abrange desde a busca pelo acesso à educação básica e pela conquista do direito de frequentar as universidades, direitos que lhes foram negados por muito tempo, até as sufragistas que corajosamente tomaram as ruas para conquistar o direito ao voto. Além disso, enfrentam desafios persistentes no mercado de trabalho, que ainda persistem como um problema significativo na sociedade moderna, por exemplo as desigualdades salariais que têm origem na construção ideológica de que as mulheres possuem necessidades de subsistência menores por não possuírem obrigações monetárias com relação à família (TEIXEIRA, 2012).

Diante desses desafios persistentes e das desigualdades que as mulheres enfrentam na sociedade, o empreendedorismo surge como um meio poderoso para que as mulheres construam seu espaço e alcancem independência econômica. Os números relacionados ao empreendedorismo no Brasil mostram que cada vez mais mulheres estão se aventurando no empreendedorismo para superar esses obstáculos.

Essa tendência demonstra que o empreendedorismo não apenas oferece oportunidades de autonomia financeira para as mulheres, mas também contribui para reduzir as disparidades de gênero no mundo profissional. Isso ressalta a importância deste trabalho acadêmico que além de ser uma verdadeira contribuição para o meu desenvolvimento pessoal e profissional, ao me introduzir a uma série de tópicos que até então eram desconhecidos para mim, não há dúvida de que isso servirá também como fonte de motivação para todas as mulheres que buscam uma inspiração adicional ao considerar se envolver no campo do empreendedorismo de forma geral.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Para obter uma compreensão aprofundada do microempreendedorismo de modo geral, com a contribuição de autores tratando sobre o assunto, é essencial fazer essa etapa crucial de referencial teórico que visa ampliar o conhecimento sobre o assunto a ser estudado. Na sequência, serão expostos os aspectos relevantes os assuntos relacionados ao empreendedorismo, o microempreendedorismo individual, sobre a imigração haitiana no Brasil e sobre o imigrante como empreendedor.

### 2.1 O EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo é uma prática que remonta a muito tempo atrás, e sua história continua a ser escrita a cada dia. Para entender plenamente o significado da palavra empreendedor, foi importante trazer sua origem etimológica, que nos leva às suas raízes.

O entendimento dessa palavra tirou sua origem na palavra em inglês *entrepreneur*, que, por sua vez, deriva da palavra *entreprendre* em francês antigo, constituída pelas palavras *entre*, originada do latim *inter* - que significa reciprocidade e *preneur*, originada do latim *prehendere* que significa adquirir. A junção dessas palavras, *entre* e *adquirir*, expressa simplesmente a ideia de intermediário (DEGEN, 2012).

Uma das utilizações mais antigas para o uso dessa palavra foi para definir Marco Polo que é considerado para muitos pensadores como o melhor exemplo na série “Grandes Empreendedores da História”. Ele literalmente foi o homem de negócios que mudou o comércio mundial. Marco Polo foi um veneziano comerciante e explorador que viveu de 1254 a 1354. Ele foi acompanhado por seu pai, Niccolo, e seu tio, Maffeo, e foi um dos primeiros europeus a percorrer o caminho da seda para Cathay, na época chamada de China. Ele criou um plano e assinou contratos com banqueiros-capitalistas venezianos, os antepassados das empresas de capital de risco modernas como era costume na Europa. Eles forneceram o dinheiro para o empreendimento e ele se obrigou a vender os produtos que traria de sua viagem. Ao final, a viagem de Marco Pólo foi bem-sucedida e os banqueiros-capitalistas que a financiaram ficaram com quase 75% do lucro do empreendimento e o mercador-aventureiro ficou com os restantes 25% (DEGEN,2012).

Dornelas (2012) afirma que o empreendedorismo consiste na agregação de pessoas e processos que, juntos, permitem transformar ideias em oportunidades. Quando conseguir

concretizar ideias muito boas ao mesmo tempo em que estabelece uma organização sólida, certamente pode criar negócios bem-sucedidos. Em outras palavras, o sucesso empreendedor decorre da capacidade de traduzir conceitos inovadores em ações concretas e executá-los de maneira eficaz.

Aqueles que identificam uma oportunidade e iniciam um negócio para capitalizá-la assumem o papel de empreendedores. Segundo o autor, qualquer definição de empreendedorismo deve, no mínimo, incluir os seguintes elementos:

1. Tem iniciativa para criar um novo negócio e paixão pelo que faz.
2. Utiliza os recursos disponíveis de forma criativa, transformando o ambiente social e econômico onde vive.
3. Aceita assumir os riscos calculados e a possibilidade de fracassar.(DORNELAS, 2012, p. 29)

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, o empreendedorismo engloba a habilidade de reconhecer desafios e potenciais, elaborar respostas inovadoras e alocar recursos na concepção de algo benéfico para a sociedade. Esse conceito abarca não somente negócios e projetos, mas também iniciativas capazes de gerar transformações concretas, influenciando o dia a dia das pessoas de maneira impactante (SEBRAE, 2021).

Convém ponderar que Dolabela (2006), oferece uma definição profundamente enraizada no comportamento humano e na interação com o mundo. Ele descreve o empreendedorismo como mais do que uma simples atividade comercial; é uma abordagem de vida. Para Dolabela (2006) , o empreendedor é alguém insatisfeito com o status quo, transformando essa insatisfação em inovação e propostas positivas para si mesmo e para os outros. Esta abordagem implica uma disposição de explorar novos caminhos, enfrentar o desconhecido e aceitar a incerteza. O empreendedor, segundo sua perspectiva, não se contenta com a definição convencional; ele busca redefinir a partir do que não está definido, acreditando que suas ações podem ter um impacto significativo. Ele é, em essência, um agente de mudança que acredita firmemente em sua capacidade de influenciar e alterar o mundo em que vive, assumindo a responsabilidade como protagonista e autor ativo não apenas de sua própria vida, mas também da comunidade que o cerca. A visão de Dolabela (2006) destaca a natureza essencialmente dinâmica e transformadora do empreendedorismo, onde a inovação é a chave para o progresso e a realização de mudanças significativas.

Convém notar, outrossim, que segundo Hisrich e Peters, o empreendedorismo desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico de uma região e de uma nação como um todo. Isso implica que iniciativas empreendedoras, quando incentivadas e apoiadas, podem ter um impacto significativo na economia em vários níveis, promovendo o crescimento das empresas, a criação de empregos e o impulsionamento dos mercados locais e internacionais.

"O empreendedorismo tem uma função importante na criação e no crescimento dos negócios, assim como no crescimento e na prosperidade de nações e regiões. Esses resultados em larga escala podem ter princípios um tanto modestos, pois as ações empreendedoras começam no ponto em que uma oportunidade lucrativa encontra um indivíduo empreendedor" (HISRICHE PETERS, 2014, p. 26)

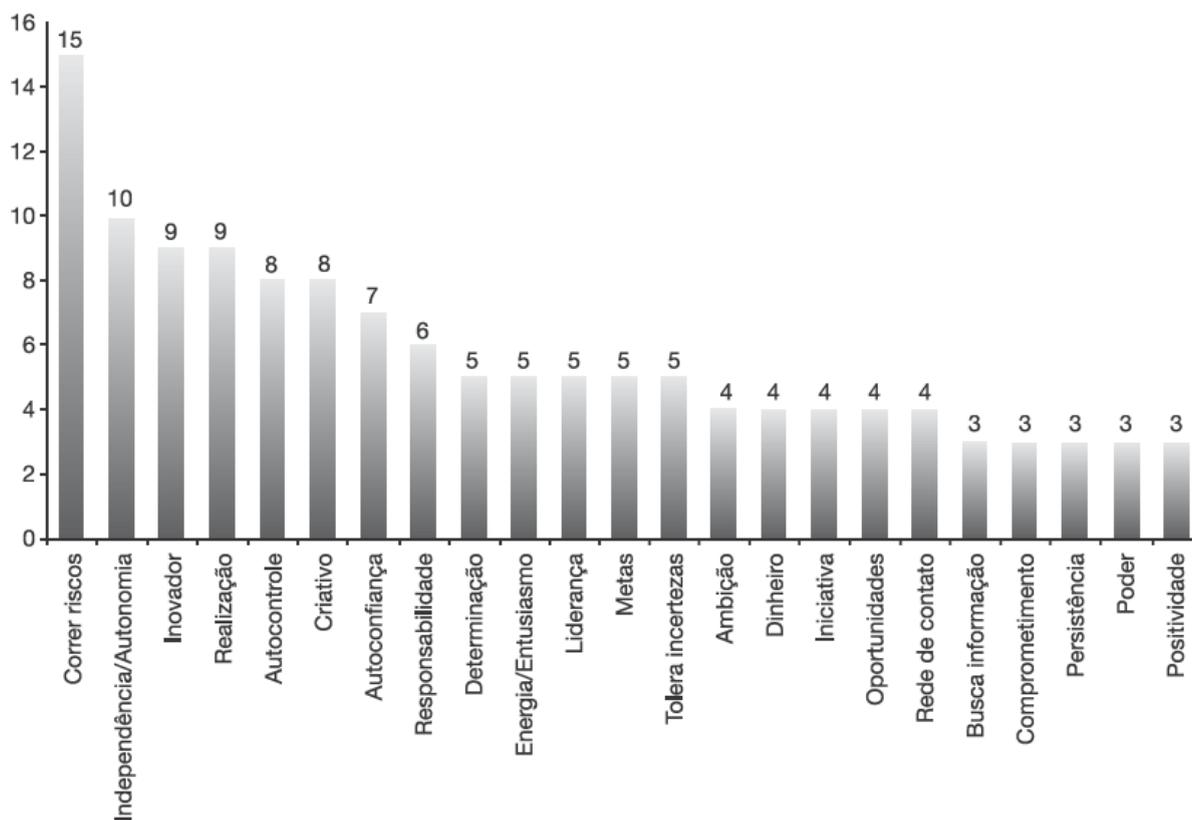
O empreendedorismo se revela como um poderoso motor do desenvolvimento econômico, sendo testemunhado pelo crescimento significativo no número de novas empresas a cada ano. Nos Estados Unidos, por exemplo, o cenário empreendedor registra a abertura de mais de 600 mil novas empresas anualmente, quase o dobro do número de duas décadas atrás. Essas iniciativas, de uma forma ou de outra, contribuem para o progresso econômico, e hoje mais de 10 milhões de pessoas estão envolvidas nesse ecossistema, representando cerca de uma em cada oito pessoas (BARON; SHANE ,2007). Eles destacam que as atividades dos empreendedores têm um impacto substancial nas economias de suas respectivas sociedades.

Segundo os autores, esse impacto é influenciado por vários fatores. Primeiramente, a figura do empreendedor é frequentemente apresentada com entusiasmo pela mídia, exibindo casos de sucesso notáveis, como os de Michael Dell, Bill Gates e Mary Kay Ash. Consequentemente, o empreendedorismo adquire uma aura positiva e atraente, impulsionando mais indivíduos a buscar esse caminho. Em segundo lugar, houve uma mudança significativa no entendimento do antigo "contrato de vínculo empregatício" entre empregadores e empregados. Anteriormente, este contrato implicava que, contanto que os indivíduos desempenhassem bem suas funções, teriam emprego garantido. No entanto, na atual era de reestruturações e cortes, essa garantia não é mais válida, levando as pessoas a considerarem que estariam em uma situação melhor trabalhando por conta própria. Essa mudança nas percepções se reflete na crescente preferência por um estilo de vida mais independente e flexível, especialmente entre os jovens, indicando uma mudança nos valores básicos da segurança para a liberdade e a autodeterminação (BARON E SHANE, 2007).

Um dos pensadores mais citados na literatura sobre o assunto, Schumpeter (1988), descreve o empreendedor com aquele que destrói a ordem econômica existente através da introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização, ou pela exploração de novos recursos e materiais. Ele é uma pessoa que cria novas combinações de elementos, lança novos produtos ou processos, determina novos mercados de exportação ou fontes de abastecimento e estabelece novos tipos de organizações. Em essência, o empreendedor é um agente de inovação e mudança que transforma o cenário econômico por meio de sua criatividade e visão.

De acordo com um estudo referenciado pelo Dornelas (2012), que aborda as diversas qualidades atribuídas aos empreendedores, mais de 50 características foram identificadas em 25 artigos publicados em revistas internacionais e em obras de referência entre 1972 e 2005. Conforme o gráfico 1, Ele apresenta um resumo das características mais frequentemente citadas (número de vezes que cada característica foi mencionada), destacando especialmente a propensão para correr riscos, o desejo de independência e autonomia, a capacidade de inovação e a busca pela realização pessoal.

Gráfico 1 - resumo das características mais frequentemente citadas



Fonte: Dornelas, (2015, p.5)

Para Filion, (1991 apud MAYER, 2001), um empreendedor “é uma pessoa que imagina, desenvolve e realiza visões”, além de ser ainda uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos, mantendo um nível de consciência do ambiente em que vive, utilizando-a para detectar oportunidades de negócios.

Ser um empreendedor não é apenas acumular dinheiro ou obter independência, é fundamental fazer a distinção por exemplo entre empreendedor e empresário. Não é necessário ser empresário para ser empreendedor, e vice-versa. E também é crucial destacar que o empreendedorismo não se limita à fundação de um novo negócio ou envolve a criação de algo inovador e valioso, não estando necessariamente ligado à formação de novas organizações (DORNELAS, 2012).

Chiavenato (2007) vai no mesmo sentido, destacando que o empreendedor não se limita a ser apenas o fundador de uma nova empresa ou negócio. Ele é, de fato, a energia vital da economia, impulsionando recursos, catalisando talentos e dinamizando ideias.

A literatura não chegou a um consenso sobre as características do empreendedor, mas alguns estudos levantam características para o perfil do empreendedor. As opiniões dos autores e pesquisadores sobre o assunto ao longo das últimas décadas variam muito, mas algumas são citadas mais que outras e há muitas delas (DORNELAS, 2023). O Autor nos apresenta, um quadro com as características que ele considera essenciais para definir um empreendedor de sucesso."

### **Características dos Empreendedores de Sucesso**

São visionários
Sabem tomar decisões
São indivíduos que fazem a diferença
Sabem explorar ao máximo as oportunidades
São determinados e dinâmicos
São dedicados
São otimistas e apaixonados pelo que fazem
São independentes e constroem seu próprio destino
Ficam ricos
São líderes e formadores de equipes

São bem relacionados (networking)
São organizados
Planejam, planejam, planejam
Possuem conhecimento
Assumem riscos calculados
Criam valor para a sociedade

Fonte: Dornelas (2015, p.8)

De forma alternativa, Dolabela (1999) identifica mais de 20 traços característicos de um empreendedor. Embora possa parecer uma descrição intensa e quase heróica, o autor destaca que muitas dessas características são adquiridas através da experiência diária. Algumas delas já estão intrínsecas em sua personalidade, sendo ativadas pelo desejo ardente de concretizar seus próprios sonhos.

<b><u>Principais características dos empreendedores</u></b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O empreendedor tem um “modelo”, uma pessoa que o influencia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem iniciativa, autonomia, autoconfiança, otimismo, necessidade de realização.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabalha sozinho.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem perseverança e tenacidade.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera o fracasso um resultado como outro qualquer; aprende com resultados negativos, com os próprios erros.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem grande energia. É um trabalhador incansável. Ele é capaz de se dedicar intensamente ao trabalho e sabe concentrar seus esforços para alcançar resultados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabe fixar metas e atingi-las. Luta contra padrões impostos. Diferencia-se. Tem a capacidade de ocupar espaços não ocupados por outros no mercado; descobre nichos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem forte intuição. Como no esporte, o que importa no empreendedorismo não é o que se sabe, mas o que se faz.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem sempre alto comprometimento. Crê no que faz.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cria situações para obter feedback sobre seu comportamento e sabe utilizar tais informações para se aprimorar.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sabe buscar, utilizar e controlar recursos.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• É um sonhador realista. Embora racional, usa também a parte direita do cérebro.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• É líder. Cria um sistema próprio de relações com empregados.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• É orientado para resultados, para o futuro, para o longo prazo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aceita o dinheiro como uma das medidas de seu desempenho.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tece “redes de relações” (contatos, amizades) moderadas, mas utilizadas intensamente como suporte para alcançar seus objetivos. A rede de relações interna (com sócios, colaboradores) é mais importante que a externa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O empreendedor de sucesso conhece muito bem o ramo em que atua.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultiva a imaginação e aprende a definir visões.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traduz seus pensamentos em ações.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O empreendedor é um fixador de metas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprende indefinidamente e cria um método próprio de aprendizagem.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem alto grau de “internalidade” que significa a capacidade de influenciar as pessoas com as quais lida e a crença de que pode mudar algo no mundo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O empreendedor não é um aventureiro; assume riscos moderados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tem alta tolerância à ambigüidade e à incerteza; é hábil em definir a partir do indefinido.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Dolabela (1999)

## 2.2 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

Olhando especificamente para o povo Brasileiro, afirmar-se que a cultura empreendedora é de natureza intrínseca. Segundo o relatório da Pesquisa Global Entrepreneurship Monitor GEM (2021), entre os cinco países que apresentaram os maiores níveis de empreendedorismo total, destaca-se o Brasil (30,4%), evidenciando sua posição na cena global.

Conforme os dados da GEM (2022), a taxa geral de empreendedorismo no Brasil permaneceu estável, registrando 30,3%. Isso implica que, a cada ano, cerca de 42,2 milhões de pessoas estão envolvidas na criação ou manutenção de um negócio próprio em diferentes estágios. A maioria dos empreendedores iniciantes identificados em 2022 era composta por homens (54,6%), e mais da metade deles estava na faixa etária de 25 a 44 anos. A maioria

possuía ensino médio completo (46%), e um percentual significativo havia concluído o ensino superior (25,5%) .

Conforme o relatório do GEM Brasil 2022, ao examinar as práticas mais representativas do empreendedorismo no Brasil durante o ano, evidencia-se uma marcante presença de empreendimentos relacionados ao setor alimentício entre os empreendedores iniciantes. No que diz respeito aos empreendedores em estágio inicial, atividades como "restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação e bebidas" e "serviços de catering, bufê e outros serviços de comida preparada" atingem, quando combinadas, aproximadamente 25% dos empreendedores nessa fase do desenvolvimento empresarial.

Segundo Dornelas (2013), Já faz algum tempo que o termo empreendedorismo não é mais estranho para os brasileiros. No cotidiano, tanto homens quanto mulheres, jovens e crianças já tiveram contato com esse conceito de alguma forma. O autor continua a dizer que para aqueles que sonham em ver seus projetos e sonhos se realizarem, empreender se torna a busca máxima. Alguns optam por empreender por conta própria, enquanto outros preferem trabalhar para grandes empresas. Alguns escolhem empreender em parceria com outros, enquanto alguns trilham o caminho do empreendedorismo individual. Existem também aqueles que se engajam em organizações não governamentais. O que ocorre em diferentes fases da vida de uma pessoa pode ser denominado de ato empreendedor.

O interesse no empreendedorismo no Brasil aumentou significativamente a partir da década de 1990, o que resultou em um grande número de publicações e estudos sobre o assunto. Dornelas (2012) afirma que instituições como SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e Softex (Sociedade Brasileira para Exportação de Software) surgiram somente na década de 1990, quando o movimento empreendedorismo no Brasil começou a ganhar forma. O autor enfatiza ainda várias iniciativas que ajudaram a expandir o empreendedorismo no Brasil, dentro deles posso citar: os programas Softex e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software, Informação e Serviços) que apoiaram iniciativas de empreendedorismo em software; o programa Brasil Empreendedor, do governo federal, que capacitou mais de 6 milhões de empreendedores; e o programa Brasil Empreendedor, do governo federal. E também o aumento da quantidade de brasileiros adultos criando negócios, o que denota melhoria do cenário econômico, possibilitando maior quantidade de oportunidades de negócios.

Conforme o relatório do GEM (2022), uma pesquisa realizada pelo Sebrae e pela Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe), o empreendedorismo está cada vez mais em evidência no Brasil, sendo o sonho

de quase 6 em cada 10 brasileiros. De acordo com a GEM, 67% da população adulta brasileira está de alguma forma envolvida no empreendedorismo, seja já possuindo um negócio, iniciando um empreendimento ou tendo o desejo de empreender nos próximos três anos. Isso representa cerca de 93 milhões de adultos brasileiros, sendo 42 milhões de empreendedores e outros 51 milhões considerados potenciais empreendedores.

O relatório define como empreendedores os entrevistados que já possuíam um negócio em 2022, seja ele formal ou informal, ou que estavam tomando medidas para iniciar um empreendimento. Os potenciais empreendedores, por outro lado, são aqueles que não possuem um empreendimento atualmente, mas têm o desejo de tê-lo nos próximos três anos.

### 2.3 MOTIVAÇÕES PARA EMPREENDER

O processo empreendedor é desencadeado quando indivíduos específicos optam por iniciar uma atividade empreendedora e, em seguida, tomam medidas para colocar essa decisão em prática. Os autores Baron e Shane (2007), enfatizam que é fundamental compreender as motivações que levam essas pessoas a se tornarem empreendedoras, pois isso desempenha um papel central na compreensão completa do processo. Diante dessa forte presença da cultura empreendedora no mundo de modo geral e especificamente no Brasil, é fundamental compreender os motivos subjacentes que impulsionam tantos indivíduos a se engajarem no empreendedorismo.

O empreendedorismo abrange todo o processo que envolve a concepção, desenvolvimento e administração de um negócio, acarretando riscos tanto financeiros quanto pessoais. Ele representa a jornada de conceber, expandir e liderar uma atividade comercial, enfrentando desafios de natureza econômica e pessoal, com o propósito de explorar diferentes oportunidades no âmbito empresarial. Esse conceito reflete a habilidade de identificar lacunas no mercado e criar soluções para atender a essas necessidades (SEBRAE-SC, 2021).

Conforme Degen (2012), muitos motivos levam as pessoas a dar o passo e assumir o risco de iniciar uma atividade comercial. O autor explica que, por meio de suas entrevistas informais com alguns empreendedores, resultam nesses principais motivos:

- a) Vontade de ganhar muito dinheiro;
- b) Desejo de sair da rotina do emprego e levar suas próprias ideias adiante;
- c) Vontade de ser seu próprio patrão;
- d) Necessidade de provar a si e aos outros que é capaz de realizar um empreendimento;
- e) Desejo desenvolver algo que traga reconhecimento e benefícios, não só para si, mas para a sociedade.

Bernardi (2012), por sua vez, discute que as motivações que impulsionam uma pessoa a se envolver no empreendedorismo são variadas e podem ter natureza objetiva ou subjetiva. Nesse contexto, são delineadas a seguir as categorias de motivações analisadas pelo autor em referência.

- Necessidade de realização;
- Implementação de ideias;
- Independência;
- Fuga da rotina profissional;
- Maiores responsabilidades e risco;
- Prova de capacidade;
- Auto-realização;
- Maiores ganhos;
- Status;
- Controle da qualidade de vida. (BERNARDI, 2012, p 66);

Além disso, é importante mencionar a distinção entre o empreendedorismo por oportunidade e o empreendedorismo por necessidade, uma dicotomia introduzida pelo consórcio GEM . Que é uma entidade de pesquisa acadêmica sem fins lucrativos, com a missão de fornecer dados abrangentes sobre a atividade empreendedora em escala global. Representa o maior projeto de seu tipo: iniciado em 1999 com a participação de 10 países, as pesquisas foram conduzidas em 2015 em mais de 100 países. No total, mais de 200.000 empreendedores e especialistas foram consultados. (REYNOLDS ET AL., 2001 citado por TESSIER-DARGENT ET FAYOLLE, 2016).

Desde sua origem, o GEM tem categorizado as motivações para empreender em oportunidade ou necessidade. No entanto, surge um consenso de que essa divisão pode não mais abranger adequadamente as complexidades das motivações por trás dos negócios contemporâneos. Como resultado, após uma revisão aprofundada e testes piloto, mudanças significativas foram incorporadas na pesquisa global do GEM com adultos a partir de 2019, ampliando as opções de respostas para além de necessidade e oportunidade e incluindo perguntas que capturam motivações múltiplas. No cenário brasileiro, apesar dessa evolução na metodologia global, a coleta de dados para calcular os indicadores de necessidade e oportunidade permaneceu em vigor em 2022, a fim de manter a consistência na série histórica.

O relatório GEM (2013) citado por Santos (2016) delinea essas duas categorias principais de motivações:

Empreendedores por necessidade: são indivíduos que iniciam um empreendimento independente por não terem melhores opções de emprego, lançando um negócio com o objetivo de gerar renda para si e suas famílias.

Empreendedores por oportunidade: são aqueles que, mesmo tendo alternativas de trabalho e fontes de renda, identificaram uma oportunidade de negócio e optaram por empreender.

Existem várias motivações de necessidade e oportunidade identificadas na literatura segundo Giacomini et al., (2016). Com base nessas fundamentações, o estudo realizado pelos autores selecionou um conjunto específico de motivações que permitem determinar se os empreendedores estão envolvidos em uma dinâmica de empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade. Os resultados dessa pesquisa, conduzida em uma amostra de empreendedores, estão refletidos na tabela apresentada abaixo, representa as motivações para o empreendedorismo categorizadas em necessidade e oportunidade:

**Motivações para Empreendedorismo por Necessidade e Oportunidade:**

<u>Necessidade:</u>	<u>Oportunidade:</u>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sair do desemprego</li> <li>● Adquirir prestígio</li> <li>● Ser reconhecido socialmente</li> <li>● Atender às expectativas familiares</li> <li>● Perpetuar a tradição familiar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ganhar o máximo de dinheiro</li> <li>● Aumentar os rendimentos</li> <li>● Ser autonomo</li> <li>● Criar seu próprio emprego</li> <li>● Não ter mais um chefe</li> <li>● Desenvolver novos produtos/serviços</li> <li>● Desenvolver novos processos de fabricação</li> </ul>

Fonte: Giacomini et al., (2016)

Com base no relatório do Global Entrepreneurship Monitor GEM (2022) em parceria com o SEBRAE, a dicotomia entre empreendedorismo por oportunidade e por necessidade oferece uma visão esclarecedora sobre o cenário empreendedor no Brasil. De acordo com os dados apresentados na tabela abaixo, observa-se que em 2022, um pouco menos da metade (47,3%) dos empreendedores em estágio inicial estão envolvidos no empreendedorismo por necessidade. Isso confirma uma redução gradual desse indicador a partir de 2020, época em que a maioria dos empreendedores iniciais brasileiros era classificada como empreendedora por necessidade.

É relevante notar, no entanto, que essa mudança é principalmente atribuída à diminuição do empreendedorismo por necessidade entre os empreendedores iniciantes, uma redução de cerca de 5 pontos percentuais em relação a 2021. Em contrapartida, a proporção de empreendedores nascentes motivados pela necessidade aumentou e novamente, como ocorreu em 2020, ultrapassou a marca de 50% dos empreendedores. Esses dados parecem estar alinhados com a seção 2 do relatório, que evidencia uma relativa deterioração na qualidade dos empreendedores nascentes e alguma melhora nos estágios posteriores.

Empreendedorismo por necessidade como proporção da taxa de empreendedorismo inicial (TEA), nascente e novo - Brasil - 2020:2022			
Estágio	Empreendedores por necessidade (em %)		
	2020	2021	2022
Nascentes	53,9	49,6	51,2
Novos	47,9	49,3	44,6
Iniciais	50,4	48,9	47,3

Fonte GEM (2022)

No contexto do empreendedorismo por oportunidade, Vidigal (2011) apud às ideias de Durand e Coeurderoy (2001), destaca que as oportunidades, independentemente de suas origens específicas, são frequentemente o ponto de partida para a ação empreendedora. Os empreendedores são impulsionados a criar empreendimentos a partir dessas oportunidades. A decisão de se envolver em atividades empreendedoras gera convicções no empreendedor, pois ele identifica uma oportunidade que ainda não foi reconhecida por outros. Além disso, o empreendedor acredita que pode se beneficiar ao ser o primeiro a aproveitar essa oportunidade.

Os empreendedores movidos por oportunidades geralmente possuem uma ampla rede de contatos e, em sua maioria, têm experiência prévia no mesmo setor em que estão iniciando. Aprofundar uma pesquisa de mercado antes de se envolver no empreendimento é algo que apenas uma pequena parcela deles faz. Embora calculem os riscos, esses empreendedores seguem principalmente suas intuições, e eles costumam elaborar formalmente um plano de negócios (DORNELAS, 2015).

O empreendedorismo por necessidade por sua vez é caracterizado por imperativos de sobrevivência econômica, conforme descrito por Giacomini et al.(2016). Os empreendedores por necessidade são impulsionados pela urgência de atender às suas necessidades de curto prazo, colocando ênfase em sua própria situação em vez das reais demandas do mercado. Eles buscam, antes de tudo, satisfazer suas necessidades imediatas e nem sempre possuem uma visão de longo prazo centrada no mercado.

Essa abordagem influencia a escolha dos setores nos quais se envolvem, frequentemente caracterizados por uma baixa demanda real e condições de entrada facilitadas. Dessa forma, o empreendedorismo por necessidade pode ser interpretado como uma resposta pragmática às circunstâncias econômicas imediatas, em oposição a uma visão estratégica baseada em oportunidades de mercado (VAN STEL ET AL., 2007, citado por GIACOMINI ET AL, 2016).

Tessier-d'argent e Fayolle (2016) utilizam várias pesquisas para ilustrar a conclusão de que existem características sociodemográficas comuns aos empreendedores por necessidade. Essas características incluem idade avançada, nível de educação mais baixo, menor experiência de trabalho, capacidade reduzida de identificar e explorar oportunidades empreendedoras, bem como uma rede empreendedora limitada ou inexistente. Seus perfis se destacam especialmente em mulheres, idosos, imigrantes, residentes rurais, desempregados e indivíduos com baixa escolaridade, particularmente nos jovens cujo capital social e humano são frequentemente considerados inferiores. Ressalta-se que as motivações desses empreendedores podem evoluir ao longo do tempo, tornando-se positivas à medida que seu projeto de criação se desenvolve.

#### 2.4 MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL - MEI

O brasileiro é conhecido pelo seu espírito empreendedor, no entanto, muitos acabam se envolvendo em empreendimentos informais. Segundo o IBGE, o Brasil possui ainda mais ou menos 40 milhões de trabalhadores que não têm proteção nenhuma. (SEBRAE,2023). Esses empreendedores estão envolvidos em uma variedade de atividades, algumas realizadas de forma individual, enquanto outras envolvem a contratação de vários funcionários, incluindo membros da família ou não. De acordo com Tanzi (1982, citado por KON, 2004), a

formação e expansão do setor informal estão principalmente ligadas à excessiva regulamentação estatal, fundamentada em impostos, regulamentações, proibições e corrupção burocrática. Esta situação é, muitas vezes, motivada pela necessidade de evitar as dificuldades e limitações impostas pela burocracia e regulamentações excessivas do setor formal, levando os empreendedores a buscar alternativas no setor informal para exercer suas atividades.

De acordo com especialistas do Banco Mundial que lançaram as Estratégias de Redução da Pobreza ao longo dos anos 2000, o setor informal obstaculiza uma alocação eficiente dos recursos produtivos. E está gerando uma produção de riquezas que não é documentada nas estatísticas. É evidente que, quando esse setor se expande extensivamente, pode afetar a vitalidade econômica de um país e o bem-estar dos cidadãos. (TREILLET, 2013 APUD ABATE, 2018).

Do outro lado também, analisando os impactos negativos para as empresas que permanecem na informalidade, percebe-se que os empresários informais enfrentam uma série de desafios. De acordo com Oliveira (2012), a informalidade resulta na ausência de segurança e dos benefícios usufruídos pelos trabalhadores formais. Esses empreendedores não têm a mesma estabilidade e possibilidades que um trabalhador formal, como a capacidade de vender para outras empresas, abrir uma conta corrente em um banco e até mesmo solicitar empréstimos para financiar seu capital de giro. Assim, a permanência na informalidade limita as oportunidades de crescimento e desenvolvimento dessas empresas, dificultando seu acesso a recursos financeiros e colocando-as em desvantagem em relação aos negócios formais. Dessa forma, é de extrema importância que as autoridades envolvidas possam tomar as melhores decisões para gerenciar de forma mais eficaz essa questão fundamental.

Com o propósito de abordar essa questão, foram estabelecidas condições especiais para permitir que trabalhadores se tornem empreendedores formais, inclusive aqueles que já operam de forma independente no mercado. Foi lançada a criação do microempreendedorismo Individual (MEI) sob a Lei Complementar 128/08 e inserida na Lei Geral da Micro e Pequena Empresa sobre a iniciativa do governo da época, como objetivo reduzir a informalidade, oferecendo um caminho mais formal e acessível para o empreendedorismo.

Esta Lei criou a figura do Microempreendedor Individual, e utilizou-se do art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, para conceituar o Microempreendedor Individual:

Art. 966: Considera-se empresário quem exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços.

Parágrafo único. Não se considera empresário quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

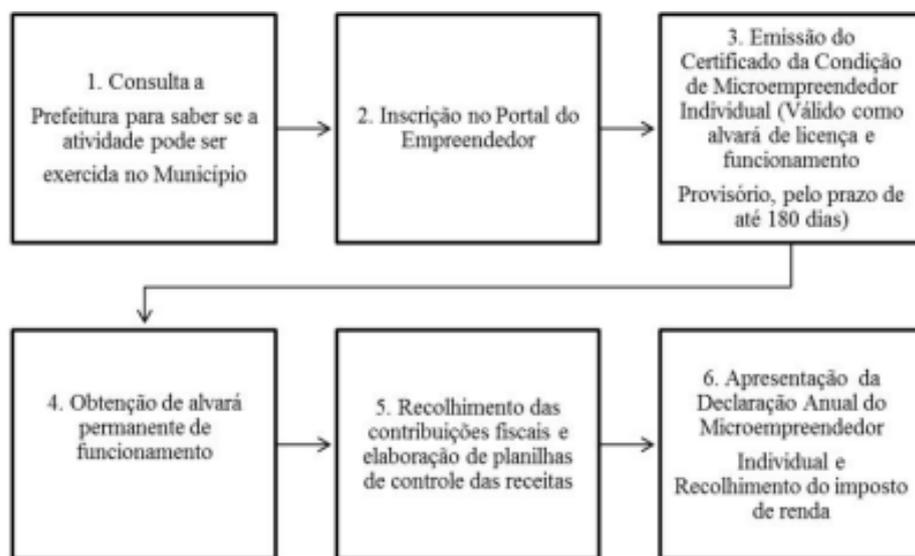
A obtenção da condição de MEI requer a execução de atividades estipuladas por regulamentos legais. Adicionalmente, o empreendedor precisa satisfazer certos critérios prévios. O procedimento de formalização é direto, ágil e sem custos, possibilitando que o Microempreendedor obtenha uma inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), assim como um comprovante de registro como Microempreendedor Individual e uma inscrição municipal. (SEBRAE, 2022).

No contexto do processo de formalização do Microempreendedor Individual (MEI), é possível identificar dois caminhos distintos. A primeira opção consiste em um cadastro direto e independente através do acesso ao portal do empreendedor, onde o interessado preenche formulários e obtém o Certificado da Condição de Microempreendedor Individual. A segunda alternativa envolve a busca de auxílio junto a um escritório de contabilidade, tornando o empreendedor um agente passivo com os procedimentos operacionais conduzidos pelo contador. É importante ressaltar que a formalização do MEI é um processo gratuito e pode ser realizado eletronicamente a qualquer momento, inclusive com assistência de um contador.

Durante a inscrição no portal, o empreendedor individual precisa informar o número do último recibo de entrega da Declaração Anual de Imposto de Renda Pessoa Física (DIRPF) ou o título de eleitor, caso não seja obrigado a apresentar a DIRPF. É notável que não são necessárias assinaturas físicas ou envio de documentos e cópias, sendo todo o processo realizado de forma eletrônica. Em seguida, na etapa de Emissão do Certificado da Condição de Microempreendedor Individual, a formalização é realizada pela internet, possibilitando a obtenção imediata do CNPJ, inscrição na Junta Comercial e no INSS, além do Alvará Provisório de Funcionamento, consolidados em um único documento, o Certificado da Condição de Microempreendedor Individual (CCMEI). Após a formalização no Portal do Empreendedor, o MEI deve efetuar a inscrição estadual e/ou municipal e solicitar autorização para emissão de notas fiscais ou nota fiscal eletrônica. Além disso, após 180 dias, é necessário obter o Alvará ou Licença de Funcionamento definitivo, o que pode envolver a solicitação de licenças sanitárias e ambientais conforme as exigências de sua atividade

Campanha, I. J. et al., (2017). A figura 1 elaborada pelos autores apresentada abaixo evidencia as seis etapas necessárias à formalização do MEI .

Figura 1- Fluxo do processo de formalização do MEI



Fonte: Campanha, L. J. et al., (2017)

A legislação brasileira, especificamente a Lei nº 128/2008 e a Lei Complementar nº 139/2011, estabelece critérios para a formalização (MEIs). De acordo com essas normativas, para se qualificar como MEI, o empresário deve ter um faturamento anual limitado, inicialmente estabelecido em R\$36.000,00 (trinta e seis mil reais) e posteriormente aumentado para R\$60.000,00 (sessenta mil reais) em 2012, atualmente o limite de faturamento anual, é de R\$ 81 mil. Além disso, o MEI deve atuar por conta própria, sem ser sócio de outras empresas ou ter mais de um funcionário. Essas leis proporcionaram a legalização e o incentivo para milhares de microempreendedores que atuam de forma autônoma e informal em uma variedade de atividades.

A inscrição do empreendedor individual no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ) traz vantagens notáveis. Isso viabiliza a emissão de notas fiscais, a abertura de conta bancária e a possibilidade de acessar empréstimos facilitados através de instituições financeiras governamentais, que disponibilizam linhas de crédito com tarifas e taxas de juros reduzidas. (SENADO FEDERAL, 2013). Adicionalmente, ao se tornar um Microempreendedor Individual (MEI), você passa a ter acesso a benefícios previdenciários fundamentais, como aposentadoria, licença maternidade, auxílio doença, entre outros (SCHEUER ET AL. 2020).

No ano de 2021, das 2,7 milhões de novas vagas de emprego criadas, surpreendentes 78% foram geradas por micro e pequenas empresas. Essa estatística ressalta a importância crucial desses empreendimentos para o mercado de trabalho e a economia do país.

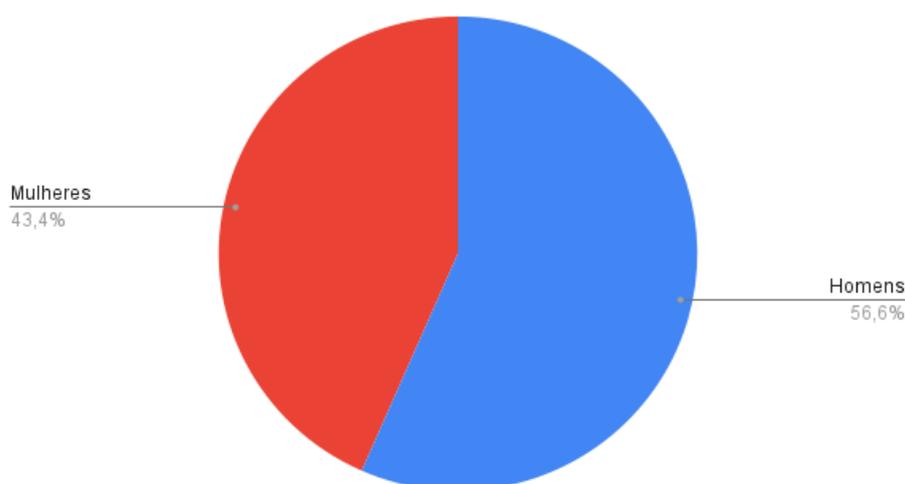
De acordo com uma análise realizada pelo Sebrae, com base em dados do Caged do Ministério do Trabalho e Previdência, as pequenas empresas foram responsáveis por 2,1 milhões dessas novas oportunidades de emprego, enquanto as médias e grandes empresas apresentaram um saldo positivo de 505,4 mil novos empregos ao final do ano. Esse cenário destaca o papel significativo desempenhado pelas micro e pequenas empresas no impulso da economia e na geração de empregos, demonstrando a sua contribuição fundamental para a sustentabilidade do mercado de trabalho.

Com base nos dados fornecidos pela Receita Federal do Brasil (RFB), observa-se que até maio de 2023, há um total de 12.208.767 estabelecimentos registrados como Microempresas Individuais (MEI), correspondendo a 52,2% do total de estabelecimentos no país. Este número continua a aumentar progressivamente. No cenário atual, os MEIs já representam 56,7% do total de negócios em operação no país.

Levando em consideração os dados adquiridos do portal governamental do Brasil (Gov.br), em 14/10/2023 às 12:00, foi possível confirmar a presença de um total de 21.001 indivíduos ativamente registrados como Microempreendedores Individuais (MEI) no Município de Chapecó. Dentro desse montante, 11.884 são do sexo masculino, representando aproximadamente 56,59%, enquanto 9.117 são do sexo feminino, equivalendo a cerca de 43,41% do total.

Gráfico 2- Total de Microempreendedor Individual (MEI) em Chapecó

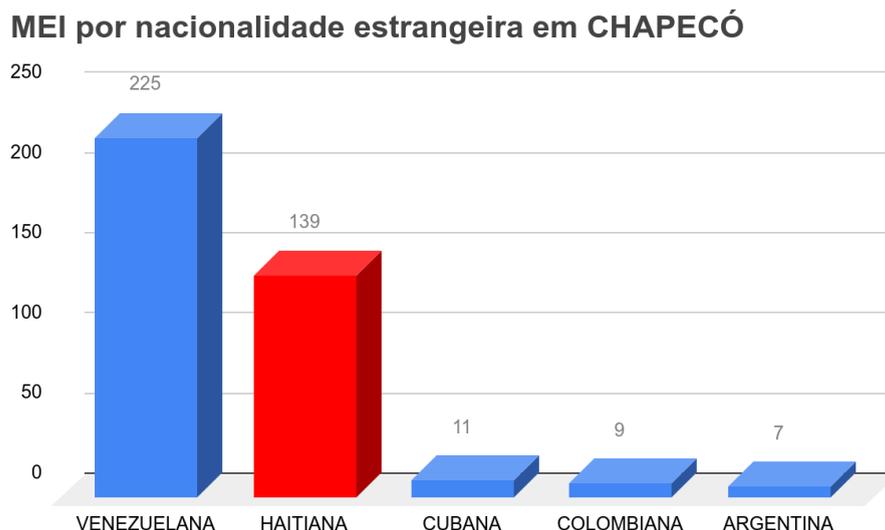
**Total de Microempreendedores Individuais (MEI) em Chapecó.**



Fonte: Elaborada pelo autor, baseada em dados Gov.br (2023)

No que diz respeito aos estrangeiros registrados como Microempreendedores Individuais (MEI), de acordo com o gráfico 3, observa-se claramente que existe uma predominância dos venezuelanos, totalizando atualmente 225 registros, seguidos pelos haitianos, representando um total de 139 registrados ativos.

Gráfico 3



Fonte: Adaptado de dados da Receita Federal (2023)

## 2.5 O EMPREENDEDORISMO FEMININO

O conceito de empreendedorismo feminino tem raízes profundas, ligadas à luta das mulheres por igualdade social e pela oportunidade de trabalhar. Durante muitos anos, as mulheres enfrentam obstáculos no contexto histórico, buscando espaço no mundo profissional. Apesar dos enormes avanços e conquistas, persistem desafios complexos. A desigualdade salarial, a falta de flexibilidade para se dedicar integralmente aos negócios e a competição por posições de liderança ainda são frequentemente presentes na realidade das mulheres.

De acordo com Gupta et al. (2009), as disparidades entre mulheres e homens no domínio do empreendedorismo parecem derivar dos estereótipos de gênero que já se instalam na sociedade. O autor argumenta que esses estereótipos desempenham um papel preponderante como poderosas forças sociais que justificam e perpetuam a segregação de

gênero nas profissões. Está anotado, que com base em vários estudos citados pelo autor, está claramente estabelecido que as mulheres empreendedoras se concentram em setores de atividade com crescimento limitado e baixa qualificação, como o varejo e os serviços. Por outro lado, os homens possuem uma parcela maior das empresas e estão em maioria em setores de rápido crescimento, como a alta tecnologia, que atraem mais atenção da mídia, do público e dos formuladores de políticas (MARLOW, 2002; LEWIS, 2006 Apud GUPTA ET AL., 2009).

Em geral, observa-se que as mulheres se envolvem menos frequentemente no campo do empreendedorismo em comparação com os homens (JENNINGS ET BRUSH, 2013; KELLEY ET AL., 2016 APUD BORING, 2017). No cenário atual, o empreendedorismo feminino ganha destaque como um aliado nessa luta contínua. Refere-se não apenas ao aumento de empresas fundadas, dirigidas ou idealizadas por mulheres, mas também à ascensão das mulheres a cargos de liderança em diferentes esferas. Essa tendência está ganhando crescente importância em âmbito global, pois mulheres em todo o mundo estão quebrando barreiras e moldando o cenário empresarial. (RODRIGUES, 2022)

De acordo com a pesquisa Global Entrepreneurship Monitor 2020, conduzida pelo Sebrae em colaboração com o Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade (IBPQ), o Brasil se destaca como o sétimo país com maior presença de mulheres empreendedoras. Esta posição é um reflexo do crescente envolvimento das mulheres no cenário empreendedor brasileiro, evidenciando sua significativa contribuição para o desenvolvimento econômico e social do país.

Conforme o relatório de 2022 do Sebrae SC sobre o empreendedorismo feminino, a renda mensal familiar dessas empreendedoras gira em torno de R\$ 5.470,43, com uma média de idade de 42 anos. Quanto ao nível de escolaridade, 2% possuem o Ensino Fundamental, 30,3% têm o Ensino Médio, e 67,8% possuem Ensino Superior. Quatro em cada dez empreendedores são as principais provedoras de renda em suas famílias, sendo metade delas mães. Além disso, 53% são casadas civilmente, enquanto aproximadamente 19% são separadas ou divorciadas.

O empreendedorismo feminino assume uma importância crucial para o dinamismo da economia, como destacado por Chabaud e Lebègue (2013). Estudos internacionais conduzidos pelo (GEM) têm evidenciado uma correlação significativa entre a taxa de atividade empreendedora feminina e o crescimento econômico. Essa constatação tem

motivado diversos governos a incluir o empreendedorismo feminino em suas políticas econômicas, reconhecendo assim seu impacto positivo no desenvolvimento econômico.

Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) em parceria com o Global Entrepreneurship Monitor 2020 mostram que as mulheres corresponderam a aproximadamente 46% dos empreendedores iniciais, número um pouco superior ao registrado em 2006, quando a taxa era de 43,8%. (GEM 2020). O empreendedorismo feminino está ganhando terreno de maneira notável, uma vez que quase metade dos Microempreendedores Individuais (MEI) no Brasil são mulheres, representando 48% do total. O impacto delas é particularmente visível em setores como beleza, moda e alimentação, onde as mulheres MEI se destacam, demonstrando uma presença significativa e influente nesses segmentos. Esse movimento não apenas enfatiza a diversidade no cenário empreendedor, mas também realça a vitalidade e a capacidade das mulheres em deixar sua marca em áreas diversas da economia. (SEBRAE, 2019).

Apesar do aumento significativo do empreendedorismo feminino, as mulheres no mundo inteiro e no Brasil ainda enfrentam muitos desafios para iniciar e manter seus negócios. Como bem resumido no artigo de Bandeira et al., (2021); Algumas dessas barreiras incluem: a falta de acesso a financiamento e capital de investimento, falta de apoio e mentoria, desigualdades de gênero no mercado de trabalho, falta de equilíbrio entre vida profissional e pessoal, falta de confiança em si mesmas e em suas habilidades empreendedoras, e preconceitos culturais e sociais em relação ao papel da mulher na sociedade e nos negócios. Essas barreiras podem dificultar o sucesso das mulheres empreendedoras e limitar o crescimento de seus negócios.

## 2.6 IMIGRAÇÃO HAITIANA NO BRASIL

O Haiti possui uma história rica e complexa em relação à imigração de sua população. Os habitantes frequentemente optaram por migrar para destinos como os Estados Unidos, Canadá ou suas antigas capitais coloniais, especialmente a França (e suas terras caribenhas), Grã-Bretanha e Países Baixos (METZNER, 2014). No entanto, as novas políticas migratórias restritivas, cada vez mais rigorosas e seletivas, implementadas por esses países, de certa forma, influenciaram essa tendência (GUIRAUDON, 2006), levando um número crescente de haitianos a explorar novos caminhos mais flexíveis na América do Sul, notavelmente em direção ao Brasil.

Além desse fator mencionado anteriormente, o fluxo migratório de haitianos para o Brasil foi motivado por vários outros elementos. Em primeiro lugar, o devastador terremoto de 2010 no Haiti resultou em uma situação de caos e destruição, levando muitos haitianos a buscar refúgio em outros países, incluindo o Brasil. Além disso, a difícil situação econômica no Haiti, caracterizada pela pobreza generalizada e pela falta de oportunidades de emprego, incentivou muitos jovens haitianos a buscar melhores perspectivas econômicas em outros lugares (HANDERSON, 2017).

Segundo os dados do relatório anual do Observatório das Migrações Internacionais (OBMigra), com uma parceria do Departamento de Migrações (DEMIG) e da Secretaria Nacional de Justiça (SENAJUS). Os venezuelanos constituíram o maior grupo de solicitantes de refúgio, representando 59,0% do total de pessoas que buscaram refúgio entre os anos de 2010 e 2021 no Brasil. Em seguida, os haitianos se destacaram, correspondendo a 13,3% dos indivíduos que buscaram refúgio no mesmo período.(OBMIGRA, 2022).

A partir da segunda metade dos anos 2010, as migrações em direção ao Brasil começaram a favorecer particularmente os estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Isso foi notavelmente impulsionado pela chegada de haitianos, o que resultou em uma reestruturação dos padrões migratórios. Essa mudança abriu novas oportunidades para a distribuição da força de trabalho em todo o território nacional (OBMigra, 2022).

Devido às abundantes oportunidades de emprego nas indústrias e na construção, principalmente na região sul do país, especialmente em Santa Catarina, ocorreu uma reestruturação notável na organização dos fluxos migratórios. Isso representa uma mudança marcante em relação à anterior dominância do estado de São Paulo como destino preferido para os imigrantes. Nesse contexto, houve um aumento significativo na presença de haitianos que buscam oportunidades no mercado de trabalho brasileiro.

Em grande parte das situações, indivíduos que decidem deixar sua terra natal buscam, acima de tudo, melhorias em suas condições de vida, oportunidades de emprego e a garantia de um futuro estável para sua família. Raramente uma pessoa que opta por emigrar está em uma situação financeira favorável; e quando o faz, geralmente é motivada por razões de extrema importância. O propósito desses migrantes é de trabalhar e prover sustento para seus familiares que permaneciam em Porto Príncipe. ( LIMA, 2016).

De acordo com Cavalcanti et al. (2014), é possível observar a tendência predominante que caracteriza o cenário mais amplo (nacional). O impacto da presença dos haitianos é notável, uma vez que, em 2011, não havia nenhum indivíduo empregado em Santa Catarina, passando para 75 em 2012 e aumentando significativamente para 1.281 em 2013. Em um

período de apenas dois anos, os haitianos deixaram de ser desconhecidos para se tornarem o grupo mais numeroso. No ano de 2013, os haitianos representavam 29,3% dos estrangeiros com vínculo formal de trabalho no estado de Santa Catarina.

## 2.7 EMPREENDEDORISMO IMIGRANTE

Segundo a Organização Internacional das Migrações (OIM), a migração consiste no processo de atravessamento de uma fronteira internacional ou de um Estado. É um movimento populacional que compreende qualquer deslocação de pessoas, independentemente da extensão, da composição ou das causas; inclui a migração de refugiados, pessoas deslocadas, pessoas desenraizadas e migrantes económicos.

Geralmente, os imigrantes deixam suas terras natais em busca de uma situação melhor, e o empreendedorismo como fator alternativo permite que esses imigrantes criem seu próprio emprego e se tornem financeiramente independentes.

O presidente do Sebrae, Décio Lima na agência sebrae de notícias (2023), afirma que ter um negócio próprio tem sido a maneira mais fácil para muitos estrangeiros ganharem dinheiro no país.

“Muitos estrangeiros, entre eles refugiados, veem no empreendedorismo uma forma de inclusão social e econômica. A figura jurídica do MEI, criada há 15 anos, torna mais fácil ainda essa inclusão dos estrangeiros na economia brasileira e, por isso, temos acompanhado esse crescimento de formalização nos últimos anos”.

(DÉCIO, ASN,2023)

Mesmo que seja fato, ao chegar em um país estrangeiro, os imigrantes podem enfrentar diversos obstáculos que dificultam sua integração na nova sociedade, como a falta de habilidade no idioma local, baixa escolaridade, falta de documentos que permitam o trabalho legal, diferenças culturais e a falta de reconhecimento e aceitação pela sociedade local (HALTER 2007). Mas os imigrantes são frequentemente reconhecidos como altamente empreendedores (FAIRLIE et al., 2013).

De acordo com as pesquisas realizadas por Guiheux e Zalio (2014), observa-se que o trabalho independente muitas vezes é a maneira preferida pelos migrantes para se integrarem ao mercado de trabalho. Essa tendência é especialmente notável em muitas grandes cidades americanas, onde as populações estrangeiras apresentam uma proporção maior de trabalhadores autônomos do que os nativos.

Halter (2007) vai no mesmo sentido, relatando que uma significativa parcela dos pequenos negócios de vários países da atual sociedade ocidental é ocupada por empreendedores étnicos. Baseado na história dos EUA, a autora destaca que no século XIX as principais cidades receptoras de estrangeiros tinham grande percentual de negócios fundados por imigrantes, sendo que esse fenômeno ainda é presente nos dias atuais.

Segundo Alghafir (2017), citando diversos outros autores, é possível classificar em dois tipos a decisão de um imigrante começar um novo empreendimento: motivado por necessidade ou por oportunidade.

Em geral, os empreendedores imigrantes por necessidade decidem iniciar um negócio devido a baixa renda familiar, dificuldades em encontrar emprego e, no caso de mulheres, a necessidade de ter flexibilidade para lidar com as questões familiares enquanto trabalham (RUBACH ET AL., 2015). Para esses tipos de empreendedores, os negócios são a única fonte de renda e meio de subsistência no país de acolhimento (ABADA, 2014; POSCHKE, 2013; SKANDALIS, 2014).

De acordo com o Sistema Nacional de Cadastro de Registro de Estrangeiros (SINCRE), um registro administrativo do Departamento de Polícia Federal, responsável pela identificação civil de imigrantes, houve 3.197 registros de haitianos de 2012 a 2022. Isso mais ou menos corresponde aos dados da Associação Haitiana de Chapecó, que estima que atualmente existem cerca de 3.000 haitianos vivendo na cidade de Chapecó (SC) na área urbana. Entre esses imigrantes, 39,85% são mulheres, e várias delas demonstram um interesse especial por atividades comerciais e empreendedoras.

Considerando que o número de Microempreendedores Individuais (MEIs) estrangeiros cresceu 73% desde o período pré-pandemia, no Brasil, de acordo com o Sebrae (20203), havia 74,2 mil MEIs ativos de outras nacionalidades até maio deste ano. Os haitianos representam 5,6% desse número, com um total de 4.148 registrados.

Portanto, é evidente que existe um forte potencial em estudar esse público para conhecer seu perfil e, sobretudo, suas motivações como empreendedoras.

### 3 METODOLOGIA

Nesta seção, serão apresentados e descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a realização deste trabalho, buscando atender ao problema de pesquisa e aos objetivos propostos.

#### 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Essa pesquisa classifica-se, quanto a sua abordagem, como uma pesquisa qualitativa. Segundo Richardson (1999), o método qualitativo não se baseia no uso de instrumentos estatísticos para análise de problemas. Ele afirma que esta abordagem é apropriada para compreender a natureza dos fenômenos sociais.

O método qualitativo difere, em princípio, do quantitativo à medida que não utiliza um instrumental estatístico como base para o processo de análise de um problema. Ele não tem a intenção de numerar ou medir unidades ou categorias homogêneas (RICHARDSON, 1999).

Para alcançar o propósito deste estudo, será adotada a abordagem metodológica proposta por Vergara (2016), que categoriza a pesquisa com base em seus fins e quanto aos meios. Dessa forma, o estudo é categorizado quanto aos fins como descritivo e quanto aos meios como pesquisa de campo. Conforme destacado por GIL(2022), a pesquisa de natureza descritiva visa, principalmente, à caracterização de uma dada população ou fenômeno, ou ainda, à identificação e análise das conexões entre variáveis. Além disso, de acordo com a perspectiva de Aaker, Kumar & Day (2004), a pesquisa de natureza descritiva geralmente se vale de informações obtidas por meio de levantamentos e é marcada por suposições hipotéticas que não detalham relações de causalidade. Seu objetivo não é buscar estabelecer de maneira precisa e detalhada as relações de causa e efeito entre as variáveis ou elementos estudados.

Quanto aos meios, esta pesquisa se enquadra no contexto de uma pesquisa de campo. Conforme descrito por Marconi e Lakatos (2003), as pesquisas de campo envolvem contatos diretos com pessoas que podem fornecer dados ou sugerir fontes de informações valiosas.

#### 3.2 SUJEITO DA PESQUISA

A população amostral, ou simplesmente amostra, corresponde a uma parcela do conjunto maior conhecido como população, sendo selecionada de acordo com critérios de

representatividade, como descrito por Vergara (2016). No contexto de diversas pesquisas, é essencial definir o tipo de amostra com base no objeto de estudo.

No presente estudo, o foco recai sobre as mulheres haitianas registradas como (MEI), ou seja, profissionais autônomas que residem na cidade de Chapecó ou nos municípios vizinhos.

Vergara (2016) distingue dois tipos de amostragem: a amostra probabilística, que se baseia em procedimentos estatísticos, e a amostra não probabilística. A amostra probabilística pode envolver métodos como amostragem aleatória simples, estratificada e por conglomerados. E a amostra não probabilística frequentemente inclui a seleção de participantes com base na acessibilidade e tipicidade.

No contexto desta pesquisa, optou-se por utilizar a amostra não probabilística por acessibilidade.

Essas mulheres haitianas foram selecionadas para participar de nossa pesquisa devido à disposição delas em compartilhar suas experiências e à sua vontade de responder ao questionário disponível no Google Forms, bem como à opção de preenchê-lo em versão impressa diretamente em folha.

### 3.3 COLETA DE DADOS

De acordo com Olsen (2015), uma pesquisa de alta qualidade se distingue pela utilização original dos dados ou pela apresentação de interpretações inovadoras desses dados já existentes. Para ele, uma coleta de dados sofisticada proporciona meios para o planejamento e execução dos tipos mais eficazes de pesquisa.

Para a coleta de dados, empregaremos um questionário online desenvolvido por meio da ferramenta Google Forms, o qual incluirá perguntas de múltipla escolha conforme detalhado no apêndice. Além disso, disponibilizamos uma versão impressa do questionário, pois reconhecemos que algumas pessoas podem enfrentar dificuldades para responder online devido à falta de conhecimento tecnológico adequado. A opção em formato impresso também visa atender à preferência de alguns participantes, oferecendo uma alternativa mais acessível e conveniente para aqueles que acham mais confortável preencher as respostas diretamente em papel.

Este questionário contém uma série de questões fechadas que abordam diversos aspectos relacionados ao perfil das mulheres empreendedoras, seus setores de atuação, bem como outros tópicos relevantes em relação aos objetivos desta pesquisa. Além disso, foi incluída uma questão aberta que permite aos participantes elaborar livremente sobre suas

motivações no empreendedorismo individual. Essa abordagem híbrida possibilita uma coleta de dados estruturada e abrangente, ao mesmo tempo em que permite que as participantes expressem suas motivações de forma mais pessoal e detalhada, enriquecendo a análise e as conclusões deste estudo.

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação do questionário distribuído através de redes sociais, incluindo WhatsApp e Facebook. Foi empregado um efeito de bola de neve para ampliar a amostra. O questionário foi compartilhado entre colegas que tinham conhecimento de mulheres haitianas empreendedoras registradas como Microempreendedores Individuais (MEI). O efeito de bola de neve ocorreu à medida que os participantes iniciais compartilhavam o questionário com outras potenciais respondentes, resultando em uma ampliação orgânica da amostra. Essa abordagem permite alcançar participantes fora das redes iniciais, proporcionando maior diversidade e representatividade aos dados coletados.

Além disso, com o propósito de alcançar um público mais abrangente e garantir que a pesquisa atingisse a maior concentração possível de haitianos, foi compartilhado o questionário a duas igrejas haitianas.

Durante o período de coleta de dados, foi possível obter um total de 28 respostas ao questionário. No entanto, de acordo com os critérios específicos da nossa pesquisa, que se concentra no público das mulheres haitianas como MEI, 22 dessas respostas foram validadas, após a exclusão de casos que envolviam outras nacionalidades ou mulheres Haitianas que ainda não estavam registradas como MEI. O questionário, apresentado no apêndice, consiste em um conjunto de 18 questões, conforme detalhado no quadro abaixo. O tempo estimado para conclusão do questionário foi de aproximadamente cinco minutos.

### 3.4 ANÁLISE DOS DADOS

Após a coleta de dados, há uma etapa crucial conhecida como análise de dados. É neste ponto que a análise deve ser executada, transformando os dados em informações, sempre relacionando os dados coletados com a teoria apresentada (LOZADA; NUNES, 2018). Bardin (2009) afirma que o objetivo desta abordagem de tratamento de dados é interpretar a comunicação fornecendo uma descrição objetiva, sistemática e até mesmo quantitativa do objeto analisado. Foi realizada a tabulação de dados, a partir das respostas

obtidas no questionário que foi aplicado. A partir dos dados obtidos, realizou-se a análise estatística descritiva, descrevendo os resultados.

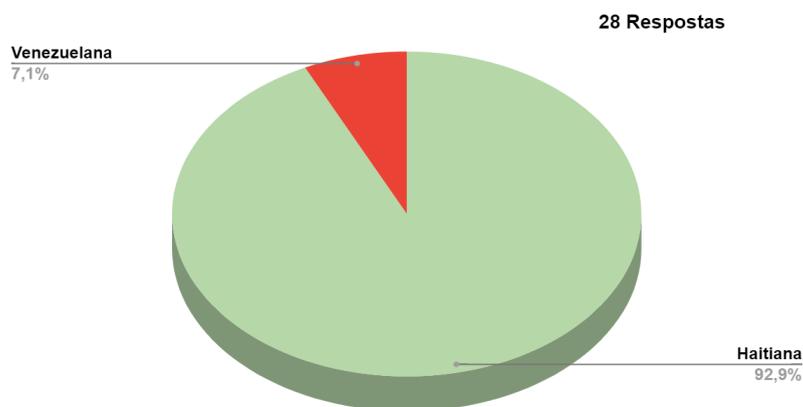
#### 4 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

Iniciando a análise dos dados coletados por meio da aplicação de questionários destinado às mulheres haitianas registradas como MEI na cidade. Foi constatado que os dados oficiais da Receita Federal (2023), disponíveis no site do Governo Federal, indicam a existência de 139 imigrantes haitianos ativos como MEI. No entanto, os dados encontrados não detalham essa divisão por gênero, impossibilitando uma compreensão precisa do número de mulheres ativas na cidade.

A análise deste estudo é fundamentada nos 28 questionários respondidos, os quais envolvem exclusivamente mulheres. Conforme demonstrado no Gráfico 4, dentre essas respostas, 26 indivíduos, representando 92,9% dos respondentes, são de nacionalidade Haitiana. Logo, automaticamente, essas duas pessoas de nacionalidade Venezuelana estão excluídas no escopo da pesquisa.

Gráfico 4

Qual é seu País de Origem/ sua nacionalidade?

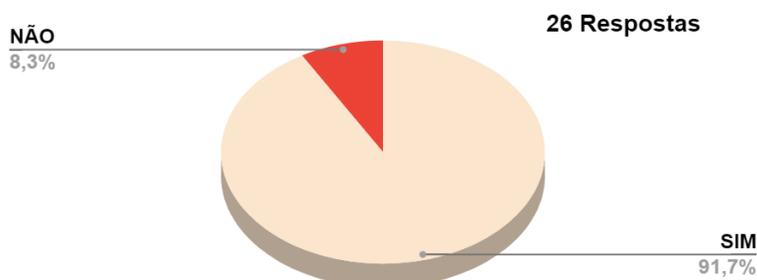


Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Em relação ao terceiro critério de análise do sujeito, que consiste no fato de que essas mulheres sejam registradas como MEI, foi possível observar no Gráfico 5, que 22 delas declararam estar registradas formalmente. Isso implica que, dentro das 28 pessoas que responderam à nossa pesquisa, somente essas 22 respondentes podem ser consideradas como respostas válidas.

Gráfico 5

Você está registrada como Microempreendedora Individual (MEI)?



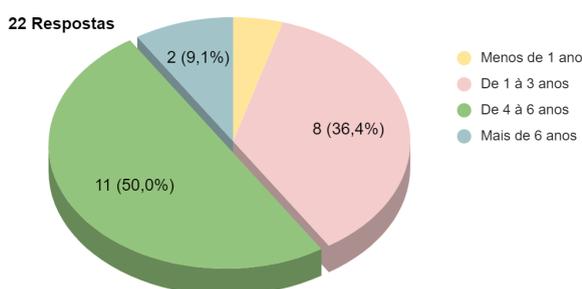
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Ao lidar com um público estrangeiro que deixou sua terra natal para se estabelecer em outro ambiente, foi essencial obter informações sobre o tempo de residência das empreendedoras haitianas em Chapecó. Através do gráfico 6, foi possível constatar a diversidade desse público nesse aspecto.

Observa-se que metade dessas mulheres reside em Chapecó há 4 à 6 anos, 36,4% delas têm entre 1 e 3 anos de residência, 9,1% têm mais de 6 anos, e apenas 4,5% têm menos de 1 ano desde sua instalação.

Gráfico 6

Há quantos tempos você está morando em Chapecó?



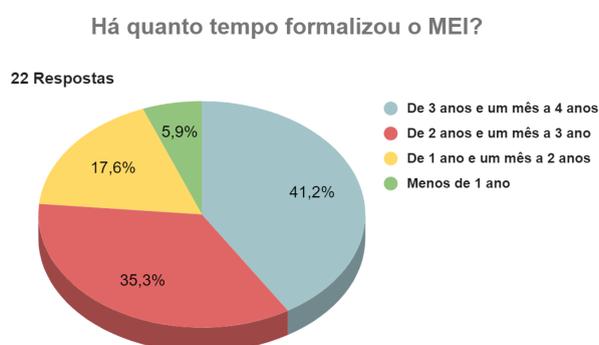
Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

O Microempreendedor Individual (MEI) foi instituído em 2009 há 14 anos como uma iniciativa destinada a formalizar profissionais autônomos e pequenos empreendedores,

retirando-os da informalidade. Essa categoria empresarial, embora relativamente recente, desempenha um papel significativo no contexto empreendedor brasileiro.

O Gráfico 7, apresenta o período de tempo decorrido desde a formalização como MEI por parte dessas mulheres empreendedoras haitianas em Chapecó. A maioria delas está na faixa de 3 anos e um mês a 4 anos, representando 41,2% das respostas. Em seguida, foi observado que 35,3% dessas mulheres formalizaram-se entre 2 anos e um mês a 3 anos. Logo depois, há aquelas que estão na faixa de 1 ano e um mês a 2 anos, correspondendo a 17,6% das respostas. Por fim, teve a constatação que 5,9% das empreendedoras formalizaram-se há menos de 1 ano.

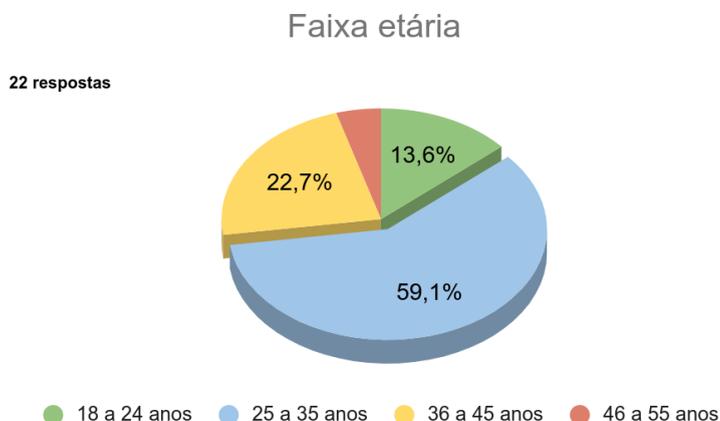
Gráfico 7



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Conforme expõe o gráfico 8 abaixo, a faixa etária predominante é de 25 a 35 anos, representando 59,1% das participantes. Em seguida, há mulheres entre 36 e 45 anos, totalizando 22,7% dos resultados. As mulheres mais jovens, de 18 a 24 anos, representam 13,65%, e, por fim, aquelas entre 46 e 55 anos constituem apenas 4,5% das participantes. Essa diversidade de faixas etárias reflete a amplitude do fenômeno empreendedor entre as mulheres haitianas em Chapecó.

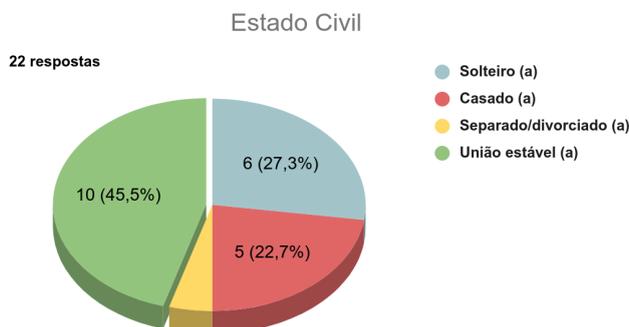
Gráfico 8



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Em relação ao estado civil das empreendedoras haitianas em Chapecó, a partir dos resultados do gráfico 9 há uma diversidade de situações familiares. A maioria, representando 45,5% das respostas, está vivendo em união estável. Além disso, 27,3% delas são solteiras, enquanto 22,7% são casadas. Uma parcela menor, de 4,5%, está separada ou divorciada. Essa variedade nos estados civis reflete a heterogeneidade do grupo estudado e contribui para uma compreensão mais abrangente do perfil dessas mulheres empreendedoras.

Gráfico 9

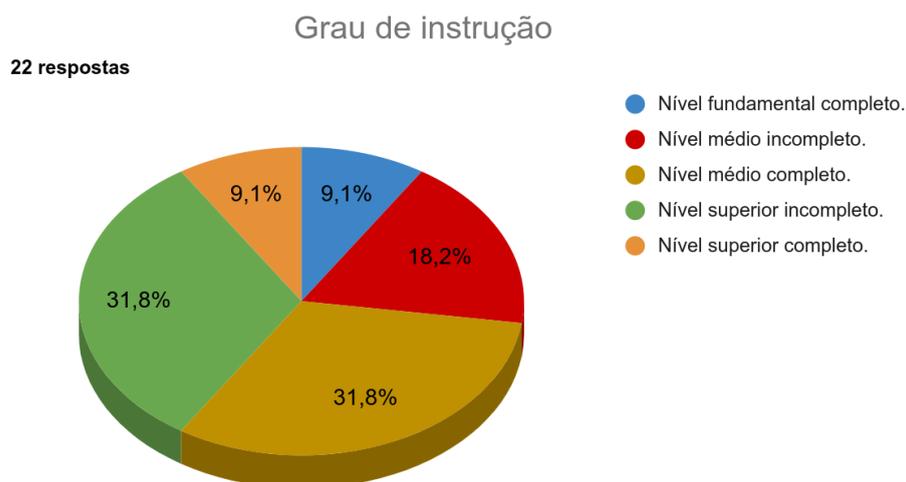


Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

É possível observar uma diversidade de formação entre as empreendedoras, refletindo um espectro abrangente de qualificações acadêmicas. Em relação ao grau de

instrução, a análise do gráfico 10 revela que a maioria das mulheres empreendedoras haitianas em Chapecó está distribuída principalmente entre um nível médio completo e um nível superior incompleto, totalizando 31,8% das pessoas analisadas. Em seguida, é observado que 18,2% possuem nível médio incompleto. Por fim, há uma igualdade de 9,1% entre aquelas com nível fundamental completo e nível superior completo.

Gráfico 10



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Uma pesquisa conduzida pelo Sebrae Minas revelou que, após se tornarem mães, sete em cada dez mulheres decidiram empreender, sendo a principal motivação a busca por maior flexibilidade de horários para conciliar carreira, maternidade e tarefas domésticas (SEBRAE, 2023). Diante desse contexto, é analisada a realidade das mulheres haitianas registradas como MEI em Chapecó.

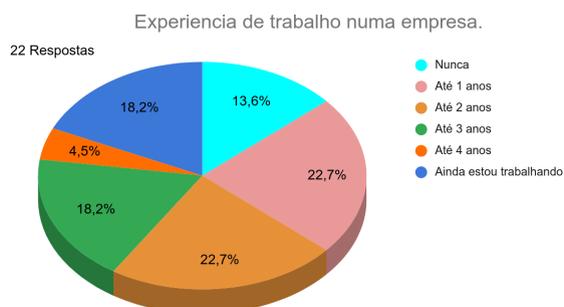
Cabe destacar no gráfico 11 que a maioria dessas mulheres, correspondendo a 68,20%, são mães. Dentre elas, 23,7% têm um filho, 36,4% têm dois filhos e 4,5% têm três filhos. Por outro lado, 31,8% dessas mulheres não possuem filhos. Esses dados fornecem insights valiosos sobre as características familiares das empreendedoras haitianas na cidade.

Gráfico 11



Ao analisar as respostas, destaca-se que a maioria dessas mulheres possui experiência prévia em uma empresa formal. Cerca de 45,40% delas tiveram uma experiência de trabalho de 1 ou 2 anos, enquanto 18,2% permaneceram empregadas por 3 anos e 4,5% por 4 anos. Além disso, é relevante notar um percentual significativo de 18,2% entre essas mulheres que ainda continuam trabalhando, mesmo após se registrarem como MEI. Embora, na prática, possa ocorrer conflito de atividades, é viável e permitido, conforme as leis e regulamentos, que o MEI mantenha um emprego formal, desde que este seja em uma segunda ocupação. No entanto, é importante ressaltar que esse segundo emprego não pode ser um cargo público, conforme estabelecido no artigo 117 da Lei nº 8.112/90 (ADELMAR, 2023). É importante ressaltar também que, por outro lado, 13,6% delas nunca tiveram essa experiência de trabalho na cidade.

Gráfico 12



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

A etapa inicial para quem decide empreender consiste, sem dúvida, em identificar uma atividade ou setor nos quais tenha afinidade ou expertise, permitindo assim iniciar um negócio e buscar desenvolver uma atividade rentável e lucrativa. Isso porque todo empreendimento lucrativo é estabelecido para atender a uma demanda de mercado muito específica, visando proporcionar benefícios aos clientes. Procurou-se identificar o segmento de atuação e as principais atividades realizadas por essas mulheres.

Pode-se afirmar, com base nas respostas obtidas mostrado no gráfico 13, que 40,9% delas estão envolvidas em atividades comerciais, como mini-mercado ou loja de conveniências, destacando-se principalmente em roupas, produtos cosméticos e perfumaria. Há também o caso de uma das entrevistadas que afirma ter um negócio com várias pequenas atividades, onde vende produtos, oferece serviços de câmbio de dinheiro e outros pequenos serviços, como impressão e fotocópia.

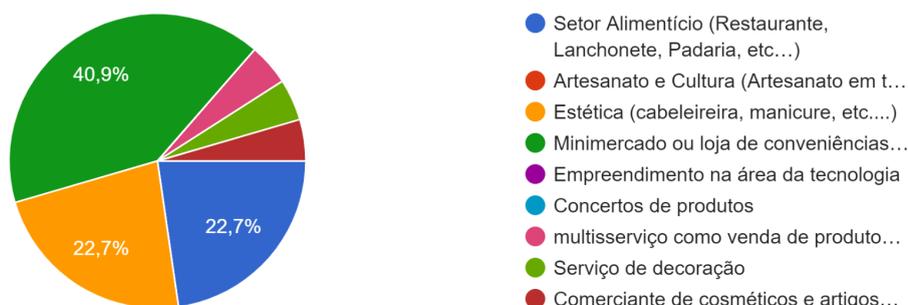
Outra atividade recorrente, representando 22,7% das respostas, está relacionada ao ramo da estética, com cabeleireiras muito solicitadas para fazer tranças, manicure, entre outros serviços. Uma porcentagem igual de 22,7% está envolvida no setor alimentício, com restaurantes, lanchonetes, padarias, entre outros e 4,5% faz serviço de decoração.

Conforme o relatório do IBGE (2021) e as Estatísticas dos Cadastros de Microempreendedores Individuais, é possível observar uma visão comparativa com as atividades mais representativas em geral no Brasil. afirmar que esta permanece praticamente nas mesmas linhas de atividade, embora com uma ordem de classificação diferente. Pois Salões de beleza e outras atividades relacionadas ao tratamento estético foram proeminentes, representando 9,1% do total de Microempreendedores Individuais (MEIs), correspondendo a 1,2 milhão. Na sequência, destacaram-se o comércio varejista de artigos de vestuário e acessórios, com 939,6 mil MEIs (7,1%), e os restaurantes e demais estabelecimentos de serviços alimentícios, totalizando 827,3 mil (6,3%).

Gráfico 13

Qual o ramo (área) do seu empreendimento?

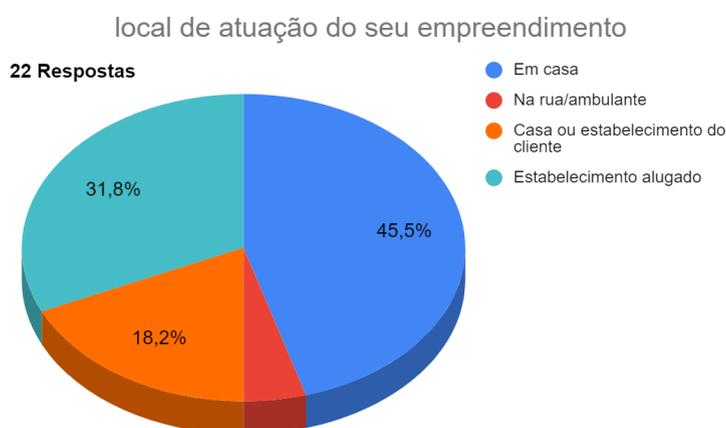
22 réponses



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Diante das informações apresentadas no gráfico 14, foi possível identificar e constatar a diversidade nos locais de atuação dessas mulheres empreendedoras. A maioria, representando 45,5%, está envolvida em negócios realizados em casa. Além disso, um grupo significativo, composto por 31,8%, possui um local específico, um estabelecimento alugado, para o desenvolvimento de suas atividades empreendedoras. Observa-se também que 18,2% dessas mulheres oferecem seus serviços ou comercializam seus produtos, seja em suas próprias residências ou diretamente nos domicílios dos clientes. Por fim, 4,5% delas são comerciantes ambulantes, atuando de maneira itinerante.

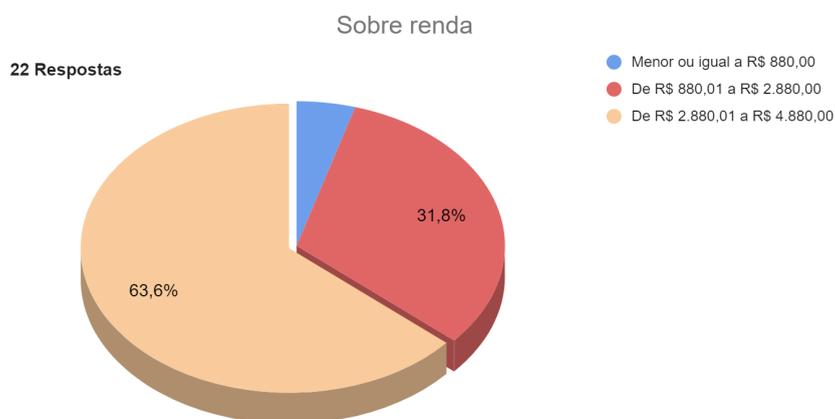
Gráfico 14



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Conforme o relatório de 2022 do Sebrae SC sobre o empreendedorismo feminino, a renda mensal familiar das empreendedoras gira em torno de R\$ 5.470,43. No contexto das mulheres avaliadas em nossa pesquisa, foi observado que a maioria, representando 63,6%, situa-se na faixa de renda mensal entre R\$ 2.880,01 e R\$ 4.880,00. Em seguida, há um grupo considerável de 31,8%, com renda variando entre R\$ 880,01 e R\$ 2.880,00.

Gráfico 15



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Conforme Degen (2012), diversos motivos impulsionam as pessoas a dar o passo e de assumir o risco de iniciar uma atividade comercial, tais como a busca por realização, a implementação de ideias e o anseio pela independência. Segundo o relatório do GEM (2022), a motivação preeminente dos empreendedores brasileiros está intrinsecamente ligada à necessidade de "ganhar a vida", resultado da escassez de empregos enfrentada por mais de 80% desse grupo no Brasil.

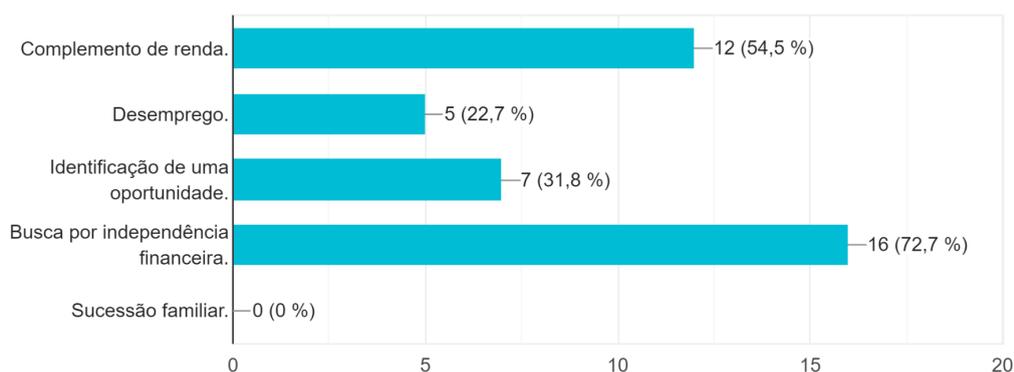
A pesquisa conduzida pela Serasa Experian (2022) revela que 40% das mulheres brasileiras iniciam atividades empreendedoras impulsionadas pela autonomia financeira. Analisando os dados coletados em nossa pesquisa conforme a gráfico 16, foi constatado que 72,7% das empreendedoras haitianas estão empreendendo com o propósito de alcançar independência financeira. Além disso, 54,5% delas buscam complementar a renda familiar, enquanto 22,7%

enfrentam o empreendedorismo como resposta ao desemprego. Notavelmente, 31,8% delas afirmam empreender devido à percepção de oportunidades a serem exploradas.

Gráfico 16

Quais os motivos que o levaram a empreender? (Pode escolher varias resposta)

22 réponses



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

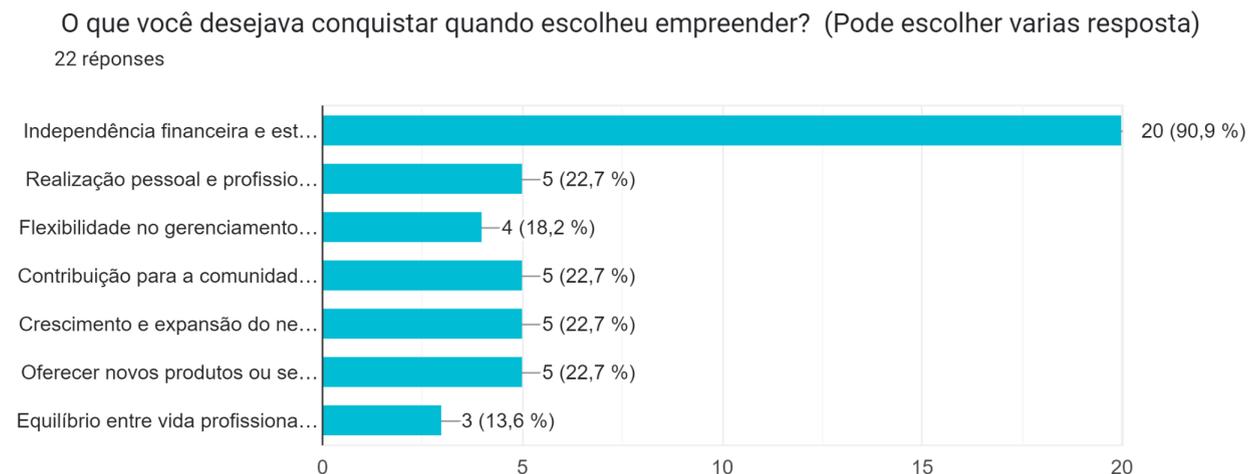
No mesmo contexto de compreender quais foram os principais motivos que as impulsionaram a empreender e a se formalizar como Microempreendedor Individual (MEI), foi formulado a seguinte pergunta, na qual os respondentes tinham a opção de escolher várias respostas: Quais eram os objetivos que você deseja alcançar ao optar por empreender?

Essa pesquisa destacou que a visão de uma autonomia financeira durável é um forte impulsionador para essas mulheres empreendedoras. O Gráfico 17 nos mostra que uma maioria absoluta de respondentes, 20 de 22, representando 90,9% do total, afirmou que a aspiração à independência financeira e à estabilidade financeira é o principal motivo que as incentivou a empreender. Além disso, entre as respostas fornecidas, 22,7% destacaram outras motivações que também desempenharam um papel crucial em sua decisão de empreender.

Entre essas motivações adicionais, a realização profissional e pessoal foi citada, destacando o desejo dessas empreendedoras de verem suas empresas evoluírem e prosperarem. A flexibilidade no horário de trabalho também foi mencionada como um elemento importante, permitindo que conciliar de maneira mais eficaz suas responsabilidades profissionais e pessoais. Além disso é mencionado o desejo de contribuir positivamente para suas comunidades, enfatizando um comprometimento social e um sentimento de pertencimento.

A perspectiva de crescimento e expansão de seus negócios também se mostrou uma motivação significativa, evidenciando a ambição delas em ampliar seu impacto econômico. Além disso, essas mulheres empreendedoras mencionaram a vontade de inovar ao oferecer novos produtos ou serviços no mercado.

Gráfico 17



Fonte: Dados da Pesquisa (2023)

Com o objetivo de oferecer mais espaço aos respondentes para que possam expressar suas motivações pessoais que os incentivam a empreender, foi formulado uma pergunta aberta: "Há algo mais que você gostaria de dizer sobre suas motivações para empreender, que não foi abordado?" Como essa pergunta não era obrigatória, nem todos os respondentes participaram dessa reflexão. Apenas 8 das participantes responderam, o que representa 36,36% dos respondentes. Entre essas respostas algumas parece bem pertinente, uma das empreendedoras, a quem será identifica como Empreendedora A (2023), declarou o seguinte:

"Meu maior motivo para empreender é o fato de que aqui em Chapecó existe bastante preconceito, e eu, como mulher negra haitiana, quero mostrar para eles que nós, que vêm de fora, também temos muito a oferecer. Não estamos aqui apenas em busca de oportunidades, mas para contribuir para o desenvolvimento da cidade. Através do nosso trabalho, pagamos impostos, e esses impostos contribuem para o progresso da cidade. Além disso, queremos mostrar que dentro da nossa cultura existem coisas incríveis. Ser trançista, por exemplo, está na moda nos dias de hoje, e eu quero que os chapecoenses tenham um olhar diferente sobre tranças. Atrás dessas tranças, há uma história, é resistência, é amor pela nossa liberdade."

A empreendedora B (2023) por sua vez compartilha uma percepção diferente da empreendedora A, expressando que seu motivo principal foi principalmente adquirir uma certa liberdade financeira, complementar seus rendimentos e continuar a ajudar seus pais e amigos que vivem fora do país. Após reflexão, ela identificou uma oportunidade e, portanto, decidiu empreender.

Empreender é uma atividade que venho realizando desde a minha juventude no Haiti, pois sempre me ajudou a manter minha situação financeira, apoiar meus pais e, principalmente, adquirir minha liberdade. Depois de emigrar para o Brasil, percebi que era difícil atender todas as minhas necessidades pessoais e continuar a ajudar meus pais no Haiti com o meu salário. Foi então que aproveitei a oportunidade oferecida pela rica clientela haitiana que me identifiquei em Chapecó. Consegui oferecer a eles alguns produtos que vêm diretamente do Haiti para ganhar um pouco de dinheiro extra e manter minha estabilidade, embora seja muito difícil de administrar tudo .

A empreendedora C (2023), destaca a importância do seu negócio na flexibilidade que ela tem em relação à gestão do tempo de sua família. Além disso, é inegavelmente para ela uma oportunidade de alcançar maior liberdade financeira para oferecer suporte à sua família estendida que reside atualmente no Haiti.

"Organizar um negócio me ajuda a cuidar melhor dos meus filhos e da minha família. Tenho mais possibilidades de enviar dinheiro para o Haiti para ajudar como posso. Além disso, tenho mais tempo para ficar em casa enquanto estou organizando minha loja."

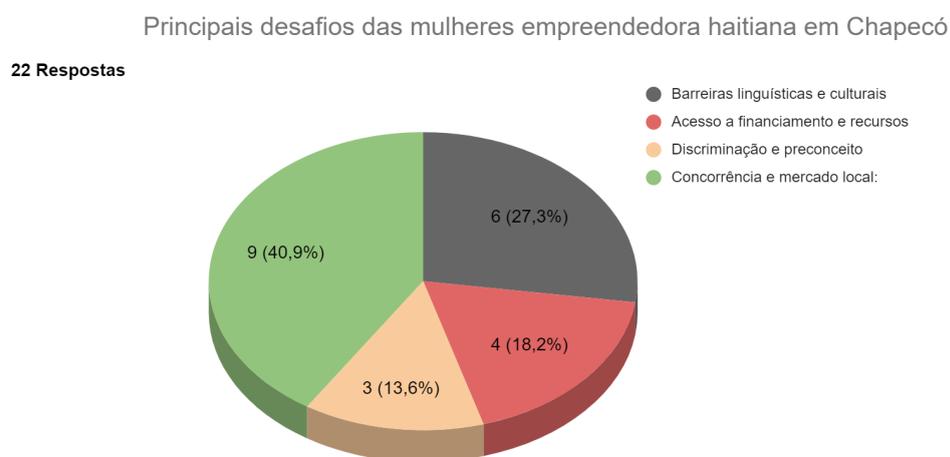
Com base nos objetivos deste trabalho, foi dedicada atenção especial à compreensão dos principais desafios e obstáculos enfrentados por essas mulheres empreendedoras haitianas registradas como MEI em Chapecó. Com o intuito de obter insights significativos, foi questionado às entrevistadas sobre os principais desafios e os maiores obstáculos que elas encontram ao gerir seus negócios na cidade.

Na questão "Quais são os principais desafios que você, como mulher empreendedora haitiana em Chapecó, enfrenta?",

Os desafios mencionados pelas participantes abrangem diversas áreas. Observa-se conforme ao gráfico 18 que 9 das respondentes (40,9%) destacam o desafio da competição no mercado local e estabelecer seus empreendimentos diante da concorrência. Para 6 delas (27,3%), a

dificuldade de comunicação devido à diferença de idioma e cultura, enfrentada ao chegar e se instalar no Brasil e na cidade de Chapecó, é um obstáculo evidente. Em consonância com a abordagem ampla realizada por Bandeira et al. (2021) sobre os desafios enfrentados por mulheres empreendedoras, 18,2% das mulheres haitianas relatam as dificuldades para obter financiamento e capital de investimento. Por fim, 13,6% declaram enfrentar preconceitos ou discriminação por serem mulheres haitianas e empreendedoras.

Gráfico 18



Conforme os dados coletados com as entrevistadas, sobre a pergunta "Quais são os maiores obstáculos que você enfrenta como empreendedora no seu dia a dia?"

Revelou uma série de desafios significativos enfrentados por estas empreendedoras haitianas em Chapecó. Assim, como demonstra o gráfico 19, 33,3% dessas mulheres destacam o desafio do marketing e da atração de clientes, o que parece coerente com suas preocupações anteriores sobre a concorrência com empreendedoras brasileiras. A diferença cultural pode explicar a dificuldade em desenvolver as estratégias adequadas para expandir seu público e integrar-se à comunidade local.

Um percentual de 28,6% expressa a dificuldade em conciliar vida pessoal e profissional, destacando os desafios relacionados ao equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. Além disso, 23,8% das respondentes mencionam o acesso limitado a financiamento e empréstimos bancários como um obstáculo significativo para o crescimento de suas atividades.

Ademais, 9,5% citam a gestão do estresse e as pressões constantes como desafios importantes em seu cotidiano empreendedor. Apenas 4,5% das respondentes abordam problemas de burocracia e questões legais, destacando a relativa facilidade de acesso aos processos de documentação e informações como MEI.

Essa análise detalhada dos obstáculos enfrentados por essas empreendedoras haitianas em Chapecó oferece uma visão mais aprofundada dos desafios específicos que enfrentam em sua vida profissional diária.

Gráfico 19



#### 4.1 ENCONTRO DA LITERATURA COM A PESQUISA

Após a apresentação dos dados obtidos, torna-se imperativo realizar uma análise mais detalhada do que é ressaltado pelos questionários, estabelecendo conexões com as abordagens abordadas na literatura, de modo a evidenciar aspectos que permeiam ambos os contextos.

As empreendedoras haitianas em Chapecó, conforme evidenciado pelos dados que foram coletados, personificam a perspectiva de Dolabela (2006) sobre o empreendedorismo. Em meio a desafios como a competição no mercado local, barreiras culturais e limitações de financiamento, essas mulheres demonstram uma notável insatisfação com o status quo. Suas motivações para empreender refletem a busca por independência financeira, resistência a preconceitos e a vontade de contribuir para o desenvolvimento da cidade. Enfrentando o

desconhecido, elas exploram novos caminhos, destacando-se no desafio do marketing e na conciliação entre vida pessoal e profissional. A aceitação da incerteza é evidente na disposição delas em enfrentar obstáculos, como a diferença cultural, com a esperança de integrar-se à comunidade local.

Ao cruzar os dados coletados a partir das respostas dessas mulheres com os dados do Global Entrepreneurship Monitor GEM (2022), é possível observar algumas similaridades.

Quanto à faixa etária, tanto a pesquisa quanto os dados do GEM coincidem ao apontar que a maioria dos empreendedores está na faixa de 25 a 44 anos. Isso sugere uma tendência geral em que indivíduos nessa faixa etária estão mais propensos a se envolverem em atividades empreendedoras.

Quanto às práticas mais representativas do empreendedorismo no Brasil, a presença marcante de empreendimentos relacionados ao setor alimentício é uma tendência comum em ambas as fontes de dados.

Em paralelo com os motivos apresentados por Degen (2012) para as pessoas assumirem o risco de iniciar uma atividade comercial, identificamos algumas correlações e possíveis reflexões.

Primeiramente, ao observar os principais motivos das empreendedoras haitianas em Chapecó, é possível relacionar a busca por independência financeira e a necessidade de complementar a renda familiar como motivos significativos para empreender. Essa busca por estabilidade financeira, mencionada por várias participantes, alinha-se à vontade de ganhar dinheiro destacada por Degen (2012).

Em seguida, observe-se o anseio por autonomia e a busca por flexibilidade, são temas recorrentes nas respostas fornecidas pelas pesquisadas. Essas características refletem o desejo de ser o próprio patrão, conforme destacado por Degen.

Por fim, a diversidade de empreendimentos que foi identificado, incluindo atividades comerciais, salões de beleza, restaurantes, entre outros, reflete o desejo de desenvolver algo que traga benefícios não apenas para as empreendedoras, mas também para a sociedade local.

Outro ponto observado, é que o empreendedorismo é percebido como uma oportunidade não apenas de ganhar dinheiro, mas de se integrar e prosperar em um novo ambiente. Essa observação ressalta a afirmação do presidente do SEBRAE na agência sebrae de notícias (2023), que muitos estrangeiros, incluindo refugiados, veem no empreendedorismo uma forma de inclusão social e econômica. Pois ressalta nesse trabalho também a ideia de que as empreendedoras haitianas em Chapecó buscam não apenas a estabilidade financeira pessoal, mas também contribuir para a comunidade local.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao concluir esta pesquisa, centrada no Microempreendedor Individual com o objetivo de investigar os motivos que impulsionam as mulheres haitianas em Chapecó a empreender, foi realizado um levantamento online por meio da plataforma Google Forms. A pesquisa coletou dados de uma amostra não probabilística dessa população, com a participação de 28 pessoas. Por meio da análise dos dados provenientes de 22 questionários válidos, foi possível obter insights significativos e atingir todos os objetivos propostos.

O objetivo geral da pesquisa consistiu em analisar os motivos que levam essas mulheres haitianas da cidade de Chapecó a empreender. Ao examinar os dados coletados, foi observado que 72,7% das empreendedoras haitianas estão em busca da independência financeira. Adicionalmente, 90,9% do total das participantes da pesquisa afirmam que a aspiração pela independência financeira e estabilidade é o principal motivador que as impulsionou a empreender. A partir das respostas da nossa pergunta aberta do questionário aplicado, a maioria destas mulheres expressa que conquistar maior liberdade financeira para sustentar suas famílias é uma das razões prementes para se aventurarem como empreendedoras individuais.

De acordo com a classificação que permite determinar se os empreendedores estão envolvidos em uma dinâmica de empreendedorismo por necessidade ou por oportunidade, conforme o estudo realizado pelos autores Giacomini et al. (2016), pode concluir que elas estão se envolvendo por necessidade de conquistar independência financeira e alcançar uma certa forma de estabilidade. Os autores reforçam essa ideia dizendo que o empreendedorismo por necessidade é essencialmente caracterizado por imperativos de sobrevivência econômica.

Ao que se refere aos objetivos específicos, o estudo contou com a presença de 3 principais objetivos, para auxiliar na verificação e análise do objetivo geral.

Assim, o primeiro objetivo específico foi de conhecer o perfil dessas mulheres haitianas no microempreendedorismo individual em Chapecó.

Destaca-se que 50,00% dessas mulheres residem em Chapecó há 4 à 6 anos. A faixa etária predominante é de 25 a 35 anos, representando 59,1% das participantes. Essa predominância pode ser atribuída à natureza do público-alvo estrangeiro, onde a maioria busca oportunidades e, frequentemente, são pessoas mais jovens que deixam seu país em busca da melhor oportunidade. Identifica-se que a maioria delas está na faixa de 3 anos e um

mês a 4 anos, representando 41,2% das respostas desde sua formalização como MEI por parte dessas. Cerca de 45,5% dessas mulheres empreendedoras individuais estão vivendo em união estável. Há uma diversidade de formação entre as empreendedoras, refletindo um espectro abrangente de qualificações acadêmicas. Através de nossa pesquisa foi revelado que a maioria das mulheres empreendedoras haitianas em Chapecó está distribuída principalmente entre um nível médio completo e um nível superior incompleto, totalizando 31,8% para cada um desses níveis acadêmicos.

No que diz respeito ao segundo objetivo específico, que consistia em identificar os tipos de microempreendimentos dessas mulheres, é possível notar, com base nas respostas obtidas, que 40,9% delas estão dedicadas a atividades comerciais, como mini mercados ou lojas de conveniência, com destaque especial para os setores de vestuário, produtos cosméticos e perfumaria.

A maior parte, composta por 45,5%, está engajada em empreendimentos conduzidos a partir de suas moradia. O que é coerente com o universo total de MEIs registrado no Brasil, onde 38,0% exercem a atividade na própria casa.

A maioria, representando 63,6%, situa-se na faixa de renda mensal entre R\$ 2.880,01 e R\$ 4.880,00.

O terceiro e último objetivo buscava a identificação das dificuldades e desafios que essas empreendedoras enfrentam em Chapecó. Devido à avaliação de uma comunidade feminina estrangeira, houve uma forte ênfase na discriminação e preconceito por meio de suas respostas e também a dificuldade de comunicação devido à diferença de idioma e cultural enfrentada ao chegar e se instalar no Brasil e na cidade de Chapecó.

No entanto, isso não se revelou ser os principais desafios que elas enfrentam. Conformemente ao que foi possível identificar, 40,9% das respondentes destacam o desafio da competição no mercado local e estabelecer seus empreendimentos diante da concorrência. E 33,3% dessas mulheres destacam o desafio do marketing e da atração de clientes, o que parece coerente com suas preocupações com a concorrência com empreendedoras locais.

Apesar do fato de que a maioria dessas mulheres estão empreendendo por razões financeiras e necessidade. Conforme a ideia dos autores Vale, et Al. (2014) sobre o fato de que oportunidade e necessidade não abarcam o conjunto de motivação para a criação de uma empresa. A Gem que foi com a iniciativa dessa dicotomia está ciente também do fato que pode não mais refletir bem as nuances das motivações para a criação dos negócios contemporâneos. (GEM,2022).

Pois existem vários motivos que podem influenciar alguém a ter a ideia de iniciar uma atividade empreendedora, e isso não ocorre necessariamente por oportunidade ou por necessidade. O que foi claramente comprovado por meio desta pesquisa observa-se um grupo de mulheres registradas como empreendedoras individuais, com motivos diversos e variados, como a busca pela independência financeira, o aumento de sua renda familiar ou pessoal. Além disso, algumas delas identificaram oportunidades e desejam continuar a ajudar suas famílias que vivem no exterior. Há também a ideia de causar um impacto na comunidade de Chapecó, em compartilhar sua cultura e mostrar que, como imigrantes, fazem parte da cidade, têm um impacto e contribuem orgulhosamente para o desenvolvimento dessa região.

As restrições identificadas no contexto deste estudo estão relacionadas à impossibilidade de generalizar os resultados para toda a população haitiana registrado como MEI. Isso ocorreu devido ao fato de que a amostra não é probabilística, os resultados só poderão ser utilizados para essa pesquisa, não podendo ser generalizado a toda população Haitiana residentes no município de Chapecó.

Além disso, há muitas mulheres haitianas empreendendo na cidade, seja formalmente como Microempreendedor Individual (MEI), empreendedora individual em Empresa Individual de Responsabilidade Limitada (Eireli), ou como sócia em uma Sociedade Anônima. Sem esquecer que há um número significativo que opera na informalidade. Analisar as mulheres registradas como MEI não representa necessariamente todas as atividades empreendedoras das haitianas na região.

Trabalhei com um questionário para avaliar os motivos pelos quais essas mulheres empreendem. É evidente que enfrentei uma dificuldade principal em relação à quantidade de respostas, apesar de todas as estratégias empregadas para isso. Além disso, há uma falta de detalhes sobre a relevância das respostas das pessoas avaliadas.

Como sugestões para estudos futuros, propõe-se realizar mais perguntas abertas para obter mais detalhes nas respostas, além de encontrar maneiras de obter mais participações. Se possível, também sugere conduzir algumas entrevistas semi-estruturadas para obter mais dados.

## REFERÊNCIAS

ABATÉ, André Modeste. **Les motivations et logiques de l’informalisation des entreprises formelles**. Revue congolaise de Gestion, 2018, no 1, p. 11-66. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-congolaise-de-gestion-2018-1-page-11>

Agência Sebrae de Notícias, **Número de empreendedores estrangeiros no Brasil cresce 73%**, 20223 Disponível em [:https://agenciasebrae.com.br/dados/numero-de-empreendedores-estrangeiros-no-brasil](https://agenciasebrae.com.br/dados/numero-de-empreendedores-estrangeiros-no-brasil)  
Acesso em: 20/11/2023

ALGHAFIR, Yahya. **Addressing Challenges Faced by Small Business Immigrant Entrepreneurs in Houston**, Texas. 2017. Thèse de doctorat. Walden University. Disponível em <https://www.proquest.com/openview/2b917c7f4abad9d8eed735462>

BAENINGER, Rosana, PERES, Roberta, FERNANDES, Duval, et al. **Imigração haitiana no Brasil**. Paco Editorial, 2017.  
Disponível em <https://books.google.com.br/books?hl=fr&lr=&id=RTOSDgAAQBAJ&>

BARON, Robert A. et SHANE, Scott A. **Empreendedorismo: uma visão do processo**. Cengage Learning, 2007. Disponível em: [https://www.academia.edu\\_](https://www.academia.edu_)

BORING, Anne. 9. **L’Entrepreneuriat des femmes: motivations et obstacles**. Regards croisés sur l’économie, 2016, no 2, p. 130-142.  
Disponível em <https://doi.org/10.3917/rce.019.0130>

CAM PANHA, Lucas José; LORENZO, Helena Carvalho de; FONSECA, Sergio Azevedo; PAULILLO, Luiz Fernando de Oriani. **Formulação e implementação, convergências e desvios: facetas da política pública do Microempreendedor Individual (MEI) no plano local**. Revista Gestão da Produção, v. 24, n. 3, p. 582-594, 2017.  
Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gp/a/tHWm9y8rcvhT9xw7jrV3cVP/>

CHABAUD 1, Didier et LEBEGUE 2, Typhaine. **Femmes dirigeantes en PME: Bilan et perspectives**. *Revue Interdisciplinaire sur le Management et l’Humanisme*, 2013, no 3, p. 43-60. <https://doi.org/10.3917/rimhe.007.0043>

CAVALCANTI, Leonardo, OLIVEIRA, Antônio Tadeu, ARAÚJO, Dina, et al. A inserção dos imigrantes no mercado de trabalho brasileiro. Relatório Anual 2016. *Observatório das Migrações Internacionais*, 2016.  
Disponível em <https://www.revistaterceiromilenio.uenf.br/index.php/rtm/article/view/9>

CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: Dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

CONCEIÇÃO, Otavio Canozzi. **O microempreendedor individual na economia brasileira: avanços, desafios e perspectivas**. 2014.

DA SILVA, Leda Maria Messias et DE LIMA, Sarah Somensi. **Imigração Haitiana no Brasil: os Motivos da Onda Migratória, as Propostas para a Inclusão dos Imigrantes e a sua Proteção à Dignidade Humana/Haitian Immigration in Brazil: the Migration Wave Reasons, the Proposals for Inclusion of Immigrants and their Protection for Human Dignity.** *Revista Direito, Estado e Sociedade*, 2016, no 48.

Disponível em <https://revistades.jur.puc-rio.br/index.php/revistades/article/view/541>

DEGEN, Ronald Jean. *O empreendedor: empreender como opção de carreira.* Prentice-Hall do Brasil, 2009.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócio.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DORNELAS, José. *Empreendedorismo na Prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso.* Elsevier Brasil, 2015.

Global Entrepreneurship Monitor. (2021). **Empreendedorismo no Brasil** Relatório executivo- 2017 Brasília, DF: Sebrae.

Global entrepreneurship monitor-gem. **empreendedorismo no brasil2022:** relatório executivo. ibqn, 2022.

Disponível em: <https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2023/05/GEM-BR-2022-2023>

GIMENEZ, Fernando Antonio Prado, FERREIRA, Jane Mendes, et RAMOS, Simone Cristina. **Empreendedorismo Feminino No Brasil: Gênese E Formação De Um Campo De Pesquisa (Female Entrepreneurship in Brazil: Genesis and Formation of a Research Field).** *Gimenez, F., Ferreira, J., & Ramos, S.(2017). Empreendedorismo Feminino no Brasil: Gênese e Formação de Um Campo de Pesquisa. REGEPE-Revista de Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*, 2017, vol. 6, no 1, p. 40-74.

Disponível em [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3154505](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3154505)

GUIRAUDON, Virginie. **La politique de l'immigration aux Etats-Unis et en Europe.** 2006. Disponível em <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/6517>

GUPTA, Vishal K., TURBAN, Daniel B., WASTI, S. Arzu, *et al.* **The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur.** *Entrepreneurship theory and practice*, 2009, vol. 33, no 2, p. 397-417. Disponível em: <https://journals.sagepub.com>

HALTER, M. Cultura econômica do empreendimento étnico: caminhos da imigração ao empreendedorismo. *Revista de Administração de Empresas*, v. 47, p. 116-123, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rae/a/MBmRhSryHg4cwXy76VWtYdK>

Handerson, J. Diáspora. As dinâmicas da mobilidade haitiana no Brasil, no Suriname e na Guiana Francesa. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social-Museu Nacional/UFRJ, 2015.

Disponível em: [https://d1wqtxts1xzle7tese\\_de\\_Joseph\\_Handerson-libre.pdf](https://d1wqtxts1xzle7tese_de_Joseph_Handerson-libre.pdf)

HISRICH, Robert D., PETERS, Michael P., et SHEPHERD, Dean A. *Empreendedorismo-9*. Amgh Editora, 2014.

Disponível em: <https://books.google.com.br/booksBAJ&oi=Hisrich+e+Peters>

KON, Anita, et al. **Diversidades nas condições de informalidade do trabalho brasileiro**. Anais do XXXII Encontro Nacional de Economia, ANPEC, João Pessoa, 2004. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/41484211/A04A156-libre>

LANDSTRÖM, Hans, HARIRCHI, Gouya, et ÅSTRÖM, Fredrik. **Entrepreneurship: Exploring the knowledge base**. *Research policy*, 2012, vol. 41, no 7, p. 1154-1181.

Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article>

LEITE, Emanuel Ferreira. **O fenômeno do empreendedorismo**. Saraiva Educação SA, 2017. <https://books.google.com.br/booksempreendedorismo.+Saraiva+Educa>

MAYER, Rosana **Proposta metodológica de empreendedorismo no ensino médio: uma aplicação no CEFET-PR**. 2001.

Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/81637>

Marina de Andrade Marconi ; Eva Maria Lakatos. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2003.

METZNER, Tobiás. « La migration haïtienne vers le Brésil : étude dans le pays d'origine », *Cahiers Migratoires*, n° 6, 2014, p. 33-50.

Disponível em: <http://haitiaqui.provisorio.ws/wordpress/wp/OIM-La-migration-haAFtienne>

NÚMERO de empreendedores estrangeiros no Brasil cresce 73%; **Agência Sebrae de Notícias**; 20/06/2023 às 10:23

Disponível em <https://agenciasebrae.com.br/dados/numero-de-empreendedores> Acesso em 08/08/2023.

OLTRAMARI, A. P. **Relação entre trabalho precário e racismo para migrantes no Brasil**, 2021

Disponível em: [https://dRelacao\\_entre\\_trabalho\\_precario\\_e\\_racism.pdf](https://dRelacao_entre_trabalho_precario_e_racism.pdf)

OLSEN, Wendy. **Coleta de dados: debates e métodos fundamentais em pesquisa social**. Penso Editora, 2015.

PAULI, J. et al. Relationship between precarious work and racism for migrants in Brazil. *Cadernos EBAPÉ*. BR, v. 19, p. 234-251, 2021.

Disponível em: <https://www.scielo.br/j/cebape/a/yZDxzfv8CD3VYJ63FRbPrLF/>

PACHI, Priscilla. **A precarização do trabalho do imigrante haitiano em São Paulo.** TRAVESSIA-revista do migrante, 2020, no 88, p. 25-42.

Disponível em: <https://travessia.emnuvens.com.br/travessia/article/view/952>

PRIMO, Maria Micaelle Bitu et MACÊDO, Maria Erilúcia Cruz. **Os Benefícios do Microempreendedor Individual.** ID on line. Revista de psicologia, 2019, vol. 13, no 43, p. 102-113. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/1468>

RODRIGUES, Sofia. **empreendedorismo.** Lisboa: ANJE, 2008.

Disponível em: [https://\\_Empreendedorismo/empreendedorismo\\_anje.pdf](https://_Empreendedorismo/empreendedorismo_anje.pdf)

SANTOS, Leonardo Alves dos. **Motivadores do empreendedorismo tardio em empreendedores atuando no Distrito Federal.** 2016.

Disponível em: <https://bdm.unb.br/handle/10483/16020>

SANTOS, Paulo da Cruz Freire dos et al. **Uma escala para identificar potencial empreendedor.** 2008.

Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/91191>

SCHUMPETER, Josef Alois. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico.** São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SERRA, C. M.; FISCHER, T. (Org.). **Microempreendedor Individual: uma proposta para o estudo dos trabalhadores autônomos.** São Paulo: Saraiva Educação, 2018.

SILVA, Rodrigo Rangel da. **O microempreendedor individual MEI-uma abordagem sobre a efetividade das vantagens, benefícios e desafios gerados ao novo empreendedor.** 2014.

Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/294852743.pdf>

TERRON, Felipe Sangaletto et TERRON, Letícia Lourenço Sangaletto. **O empreendedorismo informal brasileiro e o desenvolvimento econômico.**

Disponível em <https://downloads.editoracientifica.com.br/articles/220709395.pdf>

DA SILVA TEIXEIRA, Michele. **Perfil da mulher no mercado de trabalho.** ID on line. Revista de psicologia, 2012, vol. 6, no 17, p. 95-123.

Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/195>

TESSIER-DARGENT, Christel et FAYOLLE, Alain. **Une approche typologique de l'entrepreneuriat de nécessité.** RIMHE: Revue Interdisciplinaire Management, Homme Entreprise, 2016, vol. 225, no 3, p. 74-92.

Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-rimhe-2016-3-page-74.html4>

VALLE, William Castilhos. **Barreiras e oportunidades à inserção profissional de estrangeiros em Porto Alegre.** 2018.

Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/194891>

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de Coleta de Dados No Campo** . Editora Atlas SA, 2009.

ZALIO, P., GUILHOT, J., & GUILHEM, G. (2015). L'entrepreneuriat migrant en question: entre nécessité et opportunité. *Revue de l'Entrepreneuriat / Review of Entrepreneurship*, 14(2), 1-13.

<https://doi.org/10.3917/entre.142.0001>

ZENI, Kaline; FILIPPIM, Eliane Salette. Migração haitiana para o Brasil: acolhimento e políticas públicas. **Revista Pretexto**, v. 15, n. 2, p. 11-27, 2014.

Receita Federal do Brasil. (Année). Opções de Relatório - Microempreendedor Individual (MEI). do site

<http://www22.receita.fazenda.gov.br/inscricaoimei/private/pages/relatorios/opcoesRelatorio.js>

f Dados extraídos em: **11/11/2023 12:00**

## APÊNDICE

### Questionário

#### Termo de consentimento do formulário de pesquisa

Meu nome é Vakercoff Peterson Lénéus e sou estudante do curso de Administração na Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS). Atualmente, estou elaborando meu trabalho de conclusão de curso, orientado pelo professor Dr Humberto, abordando o tema das mulheres haitianas registradas como Microempendedoras Individuais que residem no município de Chapecó.

O objetivo desta pesquisa é investigar os fatores que motivam as mulheres haitianas em Chapecó a se envolverem no empreendedorismo. Pretendo também identificar os diferentes tipos de microempresas que elas gerenciam, analisar seus perfis e compreender os desafios enfrentados por elas como empreendedoras em Chapecó.

O questionário foi projetado para ser respondido em aproximadamente 5 minutos. Todas as respostas serão mantidas de forma anônima e serão usadas apenas para fins acadêmicos. Em caso de dúvidas sobre o preenchimento do questionário, por favor, entre em contato comigo pelo número (49) 984198964. Agradeço antecipadamente pela sua colaboração!

TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Concordo com a minha participação voluntária nesta pesquisa. (Mwen dakò pou m patisipe volontè nan rechèch sa a)

1. Qual seu gênero?

Feminino

Masculino

Outro: Por favor, especifique \_\_\_\_\_

2. Qual é seu País de Origem/ sua nacionalidade?

Haïti

Brasil

Venezuela

Outro: Por favor, especifique \_\_\_\_\_

3. Você está registrada como Microempendedor Individual (MEI)? Se sim, há quanto tempo formalizou o MEI?

Sim

Não

Tempo como MEI:

Menos de 1 ano

De 1 ano e um mês a 2 anos

De 2 anos e um mês a 3 anos

De 3 anos e um mês a 4 anos

De 4 anos e um mês a 5 anos

Mais de 5 anos e um mês

4. Estado Civil

Solteiro (a)

Casado (a)

Separado/divorciado (a)

União estável (a)

5. Qual sua idade?

18 à 24 anos

25 à 35 anos

- 36 à 45 anos
- 46 a 55 anos
- 56 a 65 anos
- 66 anos ou mais

6. Grau de instrução

- Nível fundamental incompleto.
- Nível fundamental completo.
- Nível médio incompleto.
- Nível médio completo.
- Nível superior incompleto.
- Nível superior completo.
- Pós Graduação.
- Mestrado.
- Doutorado.

7. Se tem filhos, quantos?

- Não possuo filhos
- 1 filho
- 2 filhos
- 3 filhos
- 4 filhos ou mais

8. Há quantos tempos você está morando em Chapecó?

- Menos de 1 ano
- De 1 à 3 anos
- De 4 à 6 anos
- Mais de 6 anos

9. Se já trabalhou formalmente em uma empresa em Chapecó, durante quantos tempos ?

- Nunca
- Até 1 anos
- Até 2 anos
- Até 3 anos
- Até 4 anos
- Até 5 anos e mais
- Ainda estou trabalhando

10. Qual o local de atuação do seu empreendimento?

- Em casa
- Na rua/ambulante
- Estabelecimento próprio
- Feiras e exposições
- Casa ou estabelecimento do cliente
- Estabelecimento alugado

11. Qual o ramo (área) do seu empreendimento?

- Setor Alimentício (Restaurante, Lanchonete, Padaria, etc...)
- Artesanato e Cultura (Artesanato em tecido, Esculturas, Bijuterias, etc..)
- Estética (cabeleireira, manicure, etc....)
- Minimercado ou loja de conveniências (Loja de roupas, Loja de eletrônicos, etc..)
- Empreendimento na área da tecnologia
- Concertos de produtos
- Outro: Por favor, especifique \_\_\_\_\_

12. Qual é a sua renda?

- Menor ou igual a R\$ 880,00

- De R\$ 880,01 a R\$ 2.880,00
- De R\$ 2.880,01 a R\$ 4.880,00
- De R\$ 4.880,01 a R\$ 6.880,00
- De R\$ 6.880,01 a R\$ 8.880,00 61
- De R\$ 8.880,01 a R\$ 10.880,00
- Acima de R\$ 10.880,00

13. Quais os motivos que o levaram a empreender?

- Complemento de renda.
- Desemprego.
- Identificação de uma oportunidade.
- Busca por independência financeira.
- Sucessão familiar.
- Outro: Por favor, especifique:

\_\_\_\_\_

14. O que você desejava conquistar quando escolheu empreender?

- Independência financeira e estabilidade.
- Realização pessoal e profissional.
- Flexibilidade no gerenciamento do tempo e horários.
- Contribuição para a comunidade/localidade.
- Crescimento e expansão do negócio.
- Oferecer novos produtos ou serviços ao mercado.
- Equilíbrio entre vida profissional e pessoal.
- Outro: Por favor, especifique \_\_\_\_\_

15. Quais são os principais desafios que você, como mulher empreendedora haitiana em Chapecó, enfrenta?

- Barreiras linguísticas e culturais (Dificuldade de comunicação devido à diferença de idioma e cultura)
- Acesso a financiamento e recursos: (Dificuldade em obter empréstimos ou financiamentos para o negócio.)
- Discriminação e preconceito: (Enfrentamento de preconceitos ou discriminação por ser mulher haitiana e empreendedora.)
- Concorrência e mercado local: (Desafio em competir no mercado local e se estabelecer diante da concorrência.)
- Outro: Por favor, especifique \_\_\_\_\_

16. Quais são os maiores obstáculos que você enfrenta como empreendedora no seu dia a dia?

- (B) Dificuldade em conciliar a vida pessoal e profissional.
- (C) Desafios de marketing e atração de clientes.
- (D) Burocracia e questões legais.
- (E) Acesso limitado a financiamento ou empréstimos.
- (G) Gestão do estresse e pressões constantes.
- (H) Outro: Por favor, especifique \_\_\_\_\_

17. Há algo a mais que você gostaria de dizer sobre seus motivos de empreender, que não foi abordado?